

POLÍTICA NACIONAL DE TURISMO

DE LA REPÚBLICA DE EL SALVADOR



POLÍTICA NACIONAL DE TURISMO

REPÚBLICA DE EL SALVADOR



CONTENIDO

PRESENTACIÓN **9**

EJE I. GOBERNANZA TRANSVERSAL **17**

- 1. POLÍTICA DE FORTALECIMIENTO E INTEGRACIÓN DE LAS INSTITUCIONES DEL GOBIERNO NACIONAL RELACIONADAS CON EL TURISMO ----- 23**
 - A. Consolidar el liderazgo del Ministerio de Turismo como institución rectora del turismo
 - B. Fortalecer la capacidad operativa de la Corporación Salvadoreña de Turismo
 - C. Fortalecer la capacidad operativa del Instituto Salvadoreño de Turismo
 - D. Promover la alineación e integración de las instituciones del gobierno nacional que inciden en el turismo
- 2. POLÍTICA DE IMPULSO A LA DESCENTRALIZACIÓN EN EL ÁMBITO TURÍSTICO ----- 27**
 - A. Fortalecer los vínculos con los gobiernos municipales para la gestión turística
 - B. Fortalecer los Comités de Desarrollo Turístico
 - C. Fortalecer la gestión de los Centros de Amigos del Turista como interlocutores locales
 - D. Conformar redes turísticas regionales
- 3. POLÍTICA DE INTEGRACIÓN Y COOPERACIÓN INTERNACIONAL ----- 30**
 - A. Participar activamente en la Secretaría de Integración Turística Centroamericana
 - B. Participar activamente en la Organización Mundo Maya
 - C. Fortalecer los vínculos con organizaciones cooperantes
- 4. POLÍTICA DE MEJORA DE LA PERCEPCIÓN DE SEGURIDAD DEL PAÍS Y MANEJO DE CRISIS ----- 34**
 - A. Generar un programa de relaciones públicas
 - B. Fortalecer a la policía de turismo (POLITUR)
 - C. Establecer mecanismos de información y apoyo a los visitantes en casos de crisis

EJE II. GESTIÓN DE CONOCIMIENTO, PLANIFICACIÓN Y TRANSPARENCIA **37**

- 5. POLÍTICA DE INTELIGENCIA DE MERCADOS ----- 41**
 - A. Fortalecer el observatorio turístico
 - B. Promover la articulación del sector académico en la investigación turística y la transferencia de conocimientos
- 6. POLÍTICA DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA ----- 43**
 - A. Actualizar la Política Nacional de Turismo
 - B. Actualizar el Plan Nacional de Turismo
 - C. Formular el Plan Nacional de Promoción Turística
 - D. Apoyar el diseño de planes y programas municipales, regionales y gremiales en el ámbito turístico
- 7. POLÍTICA DE DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN PÚBLICA Y ESTRATÉGICA ----- 46**
 - A. Divulgar la información ofensiva que establece la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública
 - B. Crear un sistema de recopilación y difusión permanente del marco regulatorio que impacta a los actores del sector turístico
 - C. Difundir información estratégica de utilidad para el sector

- 8. POLÍTICA DE FOMENTO A VIVENCIAS Y ENCUENTROS SIGNIFICATIVOS ENTRE ANFITRIONES Y VISITANTES ----- 55**
- A. Difundir la importancia del turismo y sus contribuciones para el desarrollo nacional
 - B. Reforzar el sentido de anfitrión de los salvadoreños
 - C. Promover una cultura turística entre niños y jóvenes
 - D. Promover una cultura de buen viajero entre los salvadoreños y visitantes
- 9. POLÍTICA DE DISFRUTE RESPONSABLE DEL PATRIMONIO NATURAL Y CULTURAL ----- 58**
- A. Promover el conocimiento y valoración del patrimonio cultural y natural de los destinos
 - B. Fortalecer el manejo turístico en las áreas naturales
 - C. Fortalecer el manejo turístico de los centros históricos, los museos y las zonas arqueológicas
- 10. POLÍTICA DE INCLUSIÓN SOCIAL ----- 62**
- A. Fortalecer las asociaciones, fundaciones y organizaciones sin fines de lucro, que inciden en la actividad turística
 - B. Promover la equidad de género
 - C. Incorporar a la población indígena a la actividad turística
 - D. Incorporar a los jóvenes a la actividad turística
 - E. Incorporar personas de la tercera edad a la actividad turística
 - F. Incorporar a personas con discapacidad a las cadenas productivas del turismo
 - G. Incorporar productivamente a la población en situación de pobreza a través de la actividad turística

- 11. POLÍTICA DE IMPULSO A EMPRESAS TURÍSTICAS ----- 73**
- A. Promover el fortalecimiento empresarial y la creación de empresas
 - B. Fortalecer programas de formación y capacitación técnica con visión empresarial
 - C. Fomentar la innovación y el uso de tecnología en las empresas turísticas
 - D. Promover la diferenciación de las empresas turísticas
- 12. POLÍTICA DE RECONOCIMIENTO Y ADOPCIÓN DE MODELOS DE CALIDAD Y CERTIFICACIÓN ----- 76**
- A. Promover el uso de buenas prácticas de gestión empresarial entre las empresas turísticas
 - B. Promover el uso de buenas prácticas empresariales para el cuidado, protección y revitalización del medio ambiente
 - C. Promover la certificación entre las empresas turísticas
- 13. POLÍTICA DE IMPULSO A LA VINCULACIÓN EMPRESARIAL ----- 80**
- A. Fortalecer el Registro Nacional de Turismo
 - B. Impulsar el fortalecimiento de la Cámara Salvadoreña de Turismo y las organizaciones gremiales que faciliten la interlocución y el establecimiento de proyectos comunes
 - C. Impulsar la creación de cadenas productivas
 - D. Generar mesas de trabajo temáticas para proponer soluciones a los retos del desarrollo turístico
 - E. Identificar y vincular las empresas turísticas con su habitat comercial

- 14. POLÍTICA DE FORTALECIMIENTO Y DIVERSIFICACIÓN DE CENTROS URBANOS ----- 93**
- A. Consolidar la posición de San Salvador como destino autónomo y como centro de distribución turística
 - B. Consolidar la posición de San Miguel y Santa Ana como sub-centros de distribución turística
 - C. Fortalecer los centros urbanos complementarios
- 15. POLÍTICA DE FORTALECIMIENTO Y DIVERSIFICACIÓN DE LOCALIDADES TURÍSTICAS**
- TRADICIONALES Y RURALES----- 96**
- A. Fortalecer la estrategia transversal de Pueblos Vivos
 - B. Fortalecer y diversificar la oferta de las localidades tradicionales desarrolladas
 - C. Impulsar las localidades tradicionales y rurales en desarrollo
 - D. Detonar el desarrollo de las localidades tradicionales y rurales complementarias
- 16. POLÍTICA DE DESARROLLO, DIFERENCIACIÓN Y DIVERSIFICACIÓN DE LOS DESTINOS DE LA**
- FRANJA COSTERA ----- 101**
- A. Diferenciar y diversificar los centros de playa
 - B. Fortalecer y diferenciar las ciudades puerto
 - C. Fortalecer y diferenciar las islas salvadoreñas
- 17. POLÍTICA DE DISEÑO AMBIENTAL DE LAS LOCALIDADES TURÍSTICAS ----- 106**
- A. Mejorar el paisaje urbano de los destinos
 - B. Mejorar la movilidad interna de los destinos
 - C. Mejorar los servicios e infraestructura de soporte de los destino

- 18. POLÍTICA DE INVERSIÓN E INTEGRACIÓN TURÍSTICA DEL TERRITORIO NACIONAL ----- 121**
- A. Fortalecer e impulsar tour operadores y compañías integradoras y comercializadoras de ofertas turísticas
 - B. Fortalecer y optimizar la conectividad terrestre de los destinos turísticos
 - C. Impulsar la inversión turística de acuerdo con las prioridades establecidas en los corredores productivos
 - D. Fortalecer las rutas temáticas
- 19. POLÍTICA DE INTEGRACIÓN DE LOS DESTINOS NACIONALES A CIRCUITOS REGIONALES E**
- INTERNACIONALES ----- 130**
- A. Fortalecer la posición del aeropuerto internacional de El Salvador como *hub* regional
 - B. Fomentar circuitos regionales con países vecinos
 - C. Incrementar la inclusión de El Salvador en circuitos centroamericanos y mesoamericanos de mediana y larga distancia
 - D. Fortalecer y optimizar la conectividad marítima del país
 - E. Incorporar a El Salvador en las rutas de cruceros y embarcaciones privadas
- 20. POLÍTICA DE FORTALECIMIENTO DEL IMPACTO DE LLEGADA Y SALIDA ----- 137**
- A. Mejorar el impacto de llegada y salida en el aeropuerto internacional de El Salvador
 - B. Mejorar el impacto de llegada y salida en las fronteras terrestres
 - C. Mejorar el impacto de llegada y salida para los cruceristas
 - D. Mejorar el impacto de llegada en las estaciones de autobús

- 21. POLÍTICA DE FORTALECIMIENTO DE LA MARCA PAÍS -----147**
- A. Vincular los elementos identitarios de El Salvador con la marca país
 - B. Promover los valores de la marca país entre los interlocutores internos y externos
 - C. Regular el uso de los elementos gráficos de la marca país
 - D. Posicionar la marca país de El Salvador en los mercados objetivo
 - E. Asociar la marca país de El Salvador con marcas que le son afines y fortalecen su posicionamiento
- 22. POLÍTICA DE ORIENTACIÓN POR TIPOLOGÍA DE PRODUCTOS-MERCADOS -----151**
- A. Fortalecer y orientar la oferta de tours de cultura y naturaleza hacia nichos de mejor oportunidad
 - B. Fortalecer el diseño y posicionamiento de circuitos y rutas turísticas
 - C. Fortalecer y diversificar el posicionamiento de la oferta de sol y playa
 - D. Impulsar y promover la accesibilidad de la oferta turística tanto para personas que se encuentran en situación de pobreza o con discapacidad
 - E. Promover la llegada de cruceros a los puertos de El Salvador y el consumo de productos turísticos y complementarios en tierras salvadoreñas
 - F. Aprovechar y fortalecer el posicionamiento de El Salvador como destino emblemático de surf
 - G. Fomentar los viajes relacionados con otros deportes especializados
 - H. Posicionar los servicios médicos y la oferta turística relacionada
 - I. Impulsar el desarrollo y promoción del turismo de bienestar
 - J. Promover el desarrollo y posicionamiento de viajes de aprendizaje
 - K. Desarrollar mecanismos para dinamizar el turismo religioso
 - L. Aumentar la satisfacción, el gasto, acompañamiento y recomendación de los viajeros individuales de negocios
 - M. Consolidar la posición de El Salvador en el segmento de reuniones, convenciones, ferias y exposiciones
 - N. Mejorar la experiencia, el gasto per cápita y la recomendación del segmento de familiares y amigos
- 23. POLÍTICA DE ORIENTACIÓN POR SEGMENTOS DE ORIGEN -----168**
- A. Fortalecer las estrategias de producto-mercado para viajeros nacionales
 - B. Orientar las estrategias de producto-mercado para los salvadoreños en el exterior
 - C. Orientar la estrategia de producto-mercado para viajeros centroamericanos
 - D. Orientar las estrategias de producto-mercado para viajeros de larga distancia
 - E. Ofrecer alternativas de visita a pasajeros en tránsito a través del proyecto stop over
- 24. POLÍTICA DE INFORMACIÓN EN SITIO -----172**
- A. Promover la difusión de información a través del personal de contacto
 - B. Producir y distribuir material informativo en sitio
 - C. Diseñar y colocar señalética indicativa
- 25. POLÍTICA DE PROMOCIÓN DE LA DEMANDA -----174**
- A. Diseñar campañas de comunicación acordes con los valores de la marca país y las principales líneas de producto
 - B. Utilizar herramientas de promoción en línea
 - C. Promover la distribución de la oferta turística a través de canales tradicionales
 - D. Participar en ferias turísticas de forma coordinada

PRESENTACIÓN

El Turismo como
Política de Estado

... aprovechar el potencial de la actividad turística para contribuir en la solución de los grandes retos del país relacionados con la economía, la educación, la inclusión social, el medio ambiente, los derechos humanos, la percepción de seguridad, la política exterior, la gobernabilidad y la imagen del país ante el mundo...

CONSULTA CIUDADANA

EL TURISMO COMO POLÍTICA DE ESTADO

La Política Nacional de Turismo de la República de El Salvador plantea un conjunto de lineamientos rectores que permiten aprovechar el potencial de la actividad turística para contribuir en la solución de los grandes retos del país relacionados con la economía, la educación, la inclusión social, el medio ambiente, los derechos humanos, la percepción de seguridad, la política exterior, la gobernabilidad y la imagen del país ante el mundo.

La participación ciudadana en la construcción de la política y su difusión pública, constituyen una oportunidad para establecer un espacio permanente de diálogo abierto y participativo entre todos los actores que inciden en el desarrollo del sector, para reforzar el compromiso de las instituciones nacionales y locales de gobierno, de la iniciativa privada y de los ciudadanos en general como protagonistas en el diseño y la consecución de los objetivos definidos en las esferas de decisión social.

La presente Política convoca a los actores públicos y privados que intervienen en la gestión del turismo, a tomar decisiones de inversión, operación y promoción, que permitan responder con oportunidad para que el turismo incida en el desarrollo local y nacional; al tiempo que se ofrecen experiencias significativas para los visitantes, incrementando su satisfacción, gasto per cápita y estadía, convirtiéndolos en agentes multiplicadores que recomienden a los destinos de El Salvador.

VISIÓN DE LA POLÍTICA NACIONAL DE TURISMO

Ser una política de Estado que convoque y oriente a la gran diversidad de actores públicos, privados y sociales que participan en el desempeño de la actividad, de tal forma que el turismo en la República de El Salvador, sea rentable, distributivo y responsable.

MISIÓN DE LA POLÍTICA NACIONAL DE TURISMO

Establecer las pautas para que la actividad turística en la República de El Salvador sea un punto de encuentro para todas y todos los salvadoreños, residentes o no en el país; y que a su vez, logre convocar a ciudadanos de otros países a encontrarse y vincularse con la cultura, las costumbres y tradiciones del país, así como con el entorno salvadoreño.

OBJETIVOS DE LA POLÍTICA NACIONAL DE TURISMO

- Posicionar al turismo como prioridad nacional en función de su potencial para coadyuvar a resolver los grandes retos del país.
- Articular y orientar a los actores que participan en el desarrollo del turismo para mejorar la eficiencia y efectividad de los esfuerzos y recursos que se invierten en la actividad.

TURISMO PRIORIDAD NACIONAL

El desarrollo del turismo en El Salvador no solo surge como solución a las necesidades materiales de los salvadoreños en un escenario de carencias en múltiples dimensiones, sino como solución y esperanza de primer orden; como una alternativa de desarrollo nacional que coadyuva a salir de la pobreza desde una perspectiva individual, familiar y colectiva, que permite controlar el entorno y crear nuevas oportunidades, contribuyendo a solucionar los grandes retos a los que se enfrenta el Estado salvadoreño.

TURISMO: IMPULSOR DE LA ECONOMÍA

Genera divisas, distribuye la riqueza y mitiga la pobreza en los territorios en los que se desarrolla, tanto en las zonas urbanas como en comunidades rurales alejadas y con escasas oportunidades de desarrollo.

TURISMO: OPORTUNIDADES PARA TODOS

Crea empleos y oportunidades de inserción productiva con equidad de género, para personas de diversas edades y con distintos niveles de educación formal.

TURISMO: SINERGIAS QUE ESTIMULAN EL DESARROLLO

Articula encadenamientos productivos, favoreciendo actividades sociales y económicas en zonas rurales, por lo que su impacto trasciende a los resultados directos de la actividad, contribuyendo incluso, a reducir la necesidad de migrar del campo a la ciudad y hacia otros países.

TURISMO: VALORADOR DEL PATRIMONIO

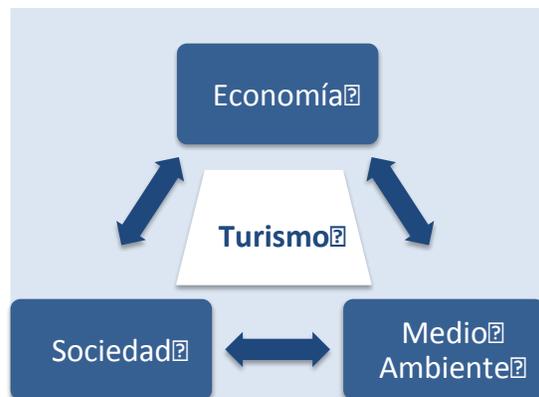
Propicia la puesta en valor, divulgación y disfrute del patrimonio natural y cultural, pues origina actividades recreativas, de entretenimiento y educación para el disfrute de las comunidades receptoras y los visitantes, motivando la conservación, protección y renovación del patrimonio.

TURISMO: MOTIVO DE ORGULLO

Fortalece el sentido de identidad, el orgullo local y el respeto a la diversidad cultural de los pueblos en los que se desarrolla. Contribuye a propiciar la integración familiar, así como a combatir la discriminación.

TURISMO: IMAGEN QUE INSPIRA

Muestra una imagen positiva del país, lo que motiva el deseo de conocer sus destinos, propicia las inversiones en el territorio, y el consumo de otros productos nacionales; fortaleciendo el liderazgo del país en el ámbito internacional.



ORIENTACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

La visión, del turismo en la República de El Salvador responde a la relación del sector turístico con el mundo social, cultural y natural que lo contiene, donde sus actuaciones y resultados, no sólo afectan a los actores del sector, sino a otros que están más allá de sus límites y se relaciona con la forma en que El Salvador aspira a ser percibido, comprendido y caracterizado como país y como destino turístico.

VISIÓN

Turismo como impulsor del desarrollo sustentable del país.

La misión expresa la forma en que los actores se involucran con el turismo y no se acota a las actuaciones de una generación, o al grupo de actores que conforman un sector o una región; pues es común a todos los que inciden y se benefician de la actividad. Sirve como guía general para las actuaciones que se deben realizar para fortalecer el turismo en el país

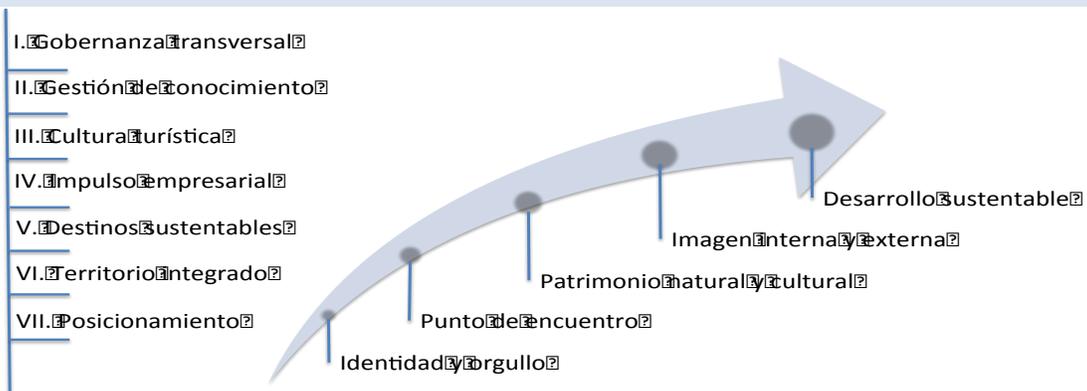
MISIÓN

Contribuir al progreso de las comunidades locales al tiempo que se generan experiencias significativas y memorables que convoquen a los viajeros nacionales e internacionales

OBJETIVOS DEL TURISMO

1. Impulsar la economía nacional y local, a partir de la creación de empleos y oportunidades productivas incluyentes y responsables para lograr el desarrollo sustentable de la República de El Salvador.
2. Mejorar la imagen del país y construir vínculos de cooperación y amistad con otros países de la región y del mundo.
3. Contribuir al reconocimiento, la valoración y el disfrute del patrimonio cultural y natural del país.
4. Promover al país como punto de encuentro de los visitantes nacionales e internacionales con las comunidades receptoras, su cultura, sus costumbres, sus pueblos y sus tradiciones
5. Fortalecer el orgullo local y vigorizar el sentido de identidad de los salvadoreños.

HACIA UN TURISMO SUSTENTABLE



VALORES QUE CONDUCEN LA ACTUACIÓN DE LOS ACTORES DEL TURISMO

Los valores que comparten los salvadoreños en términos del desarrollo turístico del país, y que forman parte de las aspiraciones que constantemente se encuentran en los planes y programas relacionados con el sector, que han sido reiterados en las consultas públicas, se fundamentan desde tres perspectivas complementarias: sustentabilidad, competitividad e inclusión social.



Tomando en cuenta las coincidencias y necesidades de complementariedad de estas tres perspectivas, los valores que conducen las actuaciones de los actores que participan en el desarrollo del turismo en El Salvador son:

EMPRENDEDURISMO INCLUSIVO

Implica la capacidad de los actores de incidir productivamente en su realidad e intervenir en su propio desarrollo, conformando espacios públicos de interacción y encuentro comunitario, la creación de cadenas productivas y de la generación de escenarios simbólicos, que promuevan el respeto a la pluralidad e impulsen la participación de los actores en el desarrollo y la distribución equilibrada de los beneficios entre los participantes.

INTEGRIDAD ECOLÓGICA

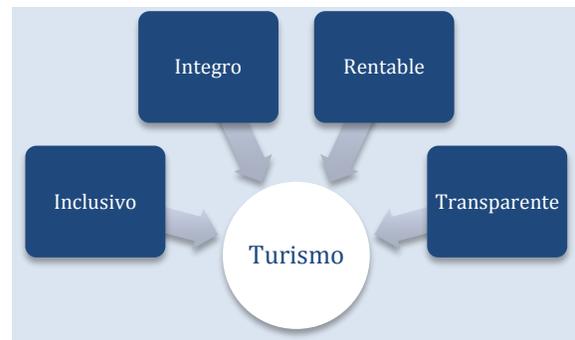
Implica asumir una posición responsable y activa, reconociendo que las estrategias de desarrollo adopten patrones de consumo y producción que salvaguarden los ecosistemas y el derecho a la vida, que impulsen el reconocimiento sistémico de quienes habitan o intervienen en el territorio, y establecer mecanismos para preservar y restaurar el patrimonio natural y cultural del país.

RENTABILIDAD SOCIAL

Implica instaurar una lógica de eficiencia que logre un manejo óptimo de los recursos de los emprendimientos turísticos, que aporten al desarrollo integral del país y al bienestar de las comunidades locales, al tiempo que logran construir una oferta diferenciada y competitiva, que sea atractiva para los mercados turísticos.

TRANSPARENCIA

Implica la expresión abierta del comportamiento de las personas e instituciones, que está íntimamente ligada con la gestión sectorial, el posicionamiento del país, la comercialización de la oferta turística y la lealtad de los colaboradores y clientes.



MÚLTIPLES ACTORES, RETO Y OPORTUNIDAD

La diversidad de actores que participan en el desarrollo del turismo constituye uno de los mayores retos para la rectoría de la actividad, pues se requiere la participación alineada de todos ellos para que los elementos que conforman la oferta del país funcionen de forma armónica y competitiva.

Esta diversidad de actores es una oportunidad para generar esquemas de coordinación que generen sinergias productivas que beneficien al país en su conjunto.

Los actores que constituyen la comunidad del desarrollo del turismo son:

LOS FUNCIONARIOS PÚBLICOS de las diversas instituciones del gobierno nacional y los gobiernos municipales que participan en la actividad turística.

LOS EMPRESARIOS del turismo, el comercio, los servicios, y la producción industrial y agropecuaria que dinamizan el desarrollo económico, entre los que se cuentan representantes de las grandes, medianas, pequeñas y micro empresas, que se benefician a la vez que inciden en la actividad turística, y las gremiales que los integran.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN que producen y difunden información sobre los destinos, las actividades y los beneficios del turismo a nivel local, nacional, regional e internacional.

LOS INTEGRANTES DE ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES comunitarias, regionales, nacionales e internacionales, que participan en el desarrollo económico, social y ambiental de los destinos.

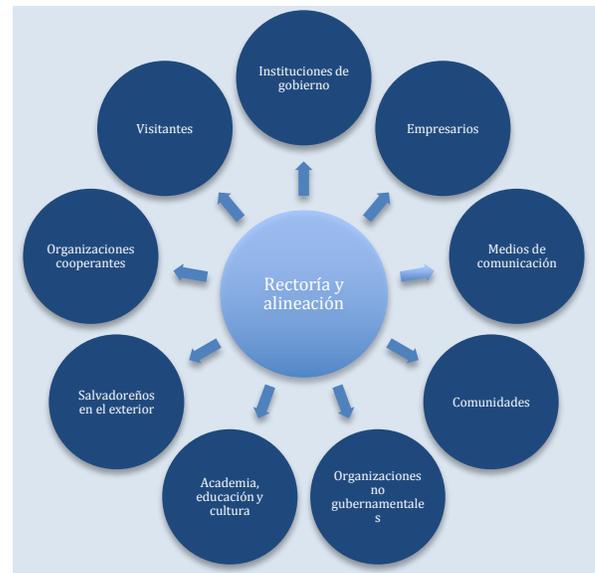
LOS ACADÉMICOS, CIENTÍFICOS Y ARTISTAS que participan en la educación, ciencia, tecnología, arte y cultura fortalecen el conocimiento y desarrollo del turismo.

LAS COMUNIDADES RECEPTORAS de las regiones y microrregiones que participan en la operación de la oferta turística del país.

LOS SALVADOREÑOS EN EL EXTERIOR que inciden de forma determinante en el desempeño del turismo interno y en el posicionamiento de El Salvador, en los países que habitan.

LOS FUNCIONARIOS DE ORGANISMOS DE COOPERACIÓN REGIONAL E INTERNACIONAL que intervienen en los distintos programas de fortalecimiento económico, social y ambiental que inciden en el turismo.

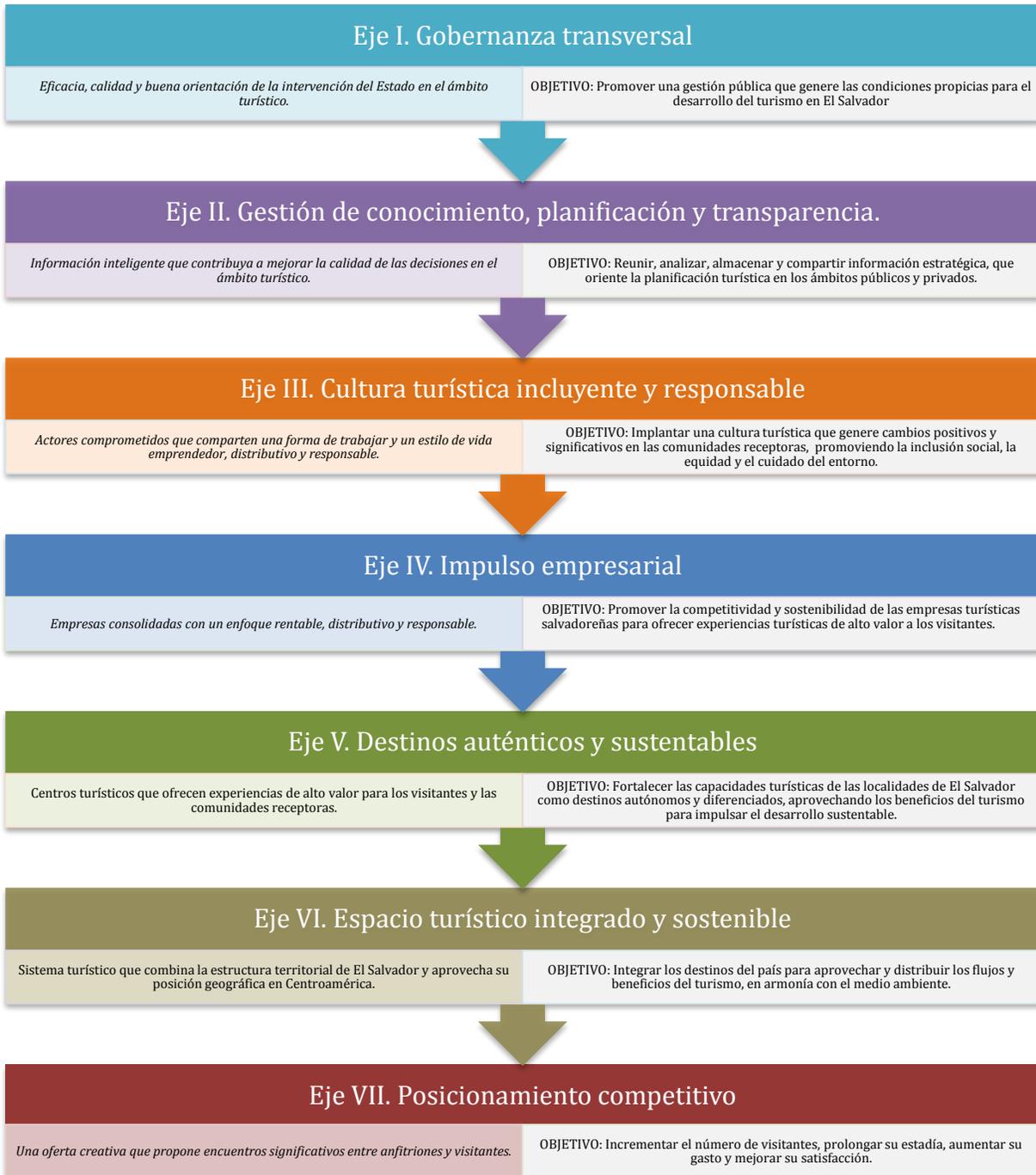
LOS VISITANTES nacionales e internacionales cuyas actuaciones y actitudes nutren el carácter de los destinos que visitan.



EJES DE LA POLÍTICA

La Política Nacional de Turismo de El Salvador, está conformada por siete ejes en los que se organizan los lineamientos que conforman el ámbito operativo del turismo, que al articularse entre sí, potencian los

impactos positivos de la actividad en la economía, la sociedad y el medio ambiente del país y fortalecen su posición competitiva en los mercados nacionales, regionales e internacionales.



EJE I.

GOBERNANZA
TRANSVERSAL

Estado rector
con visión incluyente

EJE I. GOBERNANZA TRANSVERSAL

Eficacia, calidad y buena orientación de la intervención del Estado en el ámbito turístico.

OBJETIVO GENERAL

Promover una gestión pública que genere las condiciones propicias para el desarrollo del turismo en El Salvador.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Establecer directrices claras que articulen y orienten la acción responsable, participativa y empoderada de los actores que inciden en la actividad turística de El Salvador.

Generar mecanismos para desarrollar, integrar y alinear a las instituciones y organizaciones públicas y privadas, nacionales, locales e internacionales, que participan en el desarrollo del turismo.

ESTADO RECTOR CON VISIÓN INCLUYENTE

El sistema turístico está influido por las constantes transformaciones sociales, económicas y tecnológicas que generan escenarios que evolucionan a gran velocidad en todo el mundo y en la República de El Salvador en particular, lo que ha hecho necesario adoptar nuevas formas de gobernanza pública, basadas en la transparencia, la rendición de cuentas y la participación ciudadana, lo que ha implicado la revisión de las esferas de acción del Gobierno Nacional, que en el ámbito turístico es representado por el Ministerio de Turismo.

Las nuevas fórmulas de rectoría turística en El Salvador, han estado asociadas con la transformación de la política pública como factor de cohesión social, a partir de una visión de desarrollo centrada en la gente, que implica el fortalecimiento de un concepto de gobernanza basada en un enfoque dual:

EL ROL DEL ESTADO

De un lado define el rol orientador, coordinador e impulsor del Ministerio de Turismo como responsable de la rectoría de la actividad turística en el país, a quién le corresponde definir la Política Nacional de Turismo y el Plan Nacional de Turismo, generar información estratégica, establecer mecanismos de interlocución e interrelación y coordinar los esfuerzos de los diversos actores y sectores que participan en el desarrollo de la actividad en el país.

COMPROMISO COMPARTIDO

Simultáneamente, reconoce que el desarrollo turístico no puede ni debe interpretarse como el compromiso de un sólo actor, pues para lograrlo se requiere la participación individual y colectiva de los diversos actores relacionados con la actividad: instituciones del gobierno central y las municipalidades; las grandes, medianas, pequeñas y micro empresas; las agencias de integración y cooperación internacional; la sociedad civil organizada y la ciudadanía en general.

ENFOQUE DE GOBERNANZA TRANSVERSAL

El enfoque de gobernanza transversal en materia turística implica:

RECTORÍA

Por una parte, fortalecer la capacidad de gestión y el estatus político del Ministerio de Turismo; así como promover las coincidencias programáticas y la homologación del marco normativo de las instituciones gubernamentales que participan en el desarrollo de los diversos componentes que inciden en el desarrollo y consolidación de la operación competitiva y sostenible de la actividad.

PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Por la otra, la participación de la población en asuntos públicos relacionados con el turismo a fin de procurar una gestión más inclusiva y corresponsable; la articulación de a los sectores públicos, privados y sociales, alineando los esfuerzos y recursos que se invierten en el desarrollo y posicionamiento de los destinos turísticos del país; propiciando que todos los salvadoreños, de todas las regiones, disfruten del patrimonio del país y obtengan beneficios del turismo, lo que implica la participación activa y responsable de la sociedad civil como base para el desarrollo del sector, y el protagonismo del sector empresarial en el ámbito comercial.

La Política Nacional de Turismo de la República de El Salvador, está alineada con el marco institucional del país, y toma en cuenta las diferentes relaciones de jerarquía y de cooperación de las instancias públicas y privadas que participan en el desarrollo de la actividad turística; para asegurar la congruencia de las propuestas con las leyes nacionales que dan sentido de orden al desarrollo del país, y fortalecen el sistema de gobernabilidad, lo que permitirá la permanencia en el tiempo de los planteamientos estructurales que propone, así como la participación articulada y coordinada de los diversos actores públicos y privados que participan en la actividad.

CONSIDERACIONES INSTITUCIONALES

DESARROLLO ECONÓMICO CON JUSTICIA SOCIAL

La Constitución de la República de El Salvador, establece que el orden económico debe responder esencialmente a principios de justicia social, que tiendan a asegurar a todos los habitantes del país, una existencia digna del ser humano; y que el Estado promoverá el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos.

Es de interés nacional estimular el desarrollo de la actividad turística, teniendo en cuenta que el territorio de la República, está dotado de recursos que por su ubicación geográfica y sus características culturales, históricas y naturales, tienen gran potencial de desarrollo turístico, cuya utilización racional contribuirá a mejorar y diversificar la oferta turística, a la creación de nuevos espacios de trabajo y oportunidades productivas; con ello, generar mayores niveles de ocupación y empleo y el mejoramiento de la calidad de vida de la población basándose en la sostenibilidad como fórmula inseparable de la competitividad.

COOPERACIÓN INSTITUCIONAL

Diversas instituciones gubernamentales tienen atribuciones relacionadas con distintos ámbitos que inciden en el desempeño del turismo, por lo que es indispensable que exista una estrecha colaboración de los ministerios con incidencia en el turismo y sus instituciones adscritas con el Ministerio de Turismo para lograr que el turismo sea una actividad competitiva y sostenible, que coadyuve a resolver los grandes retos del país

DESCENTRALIZACIÓN

La Constitución establece que los municipios serán autónomos en lo económico, en lo técnico y en lo administrativo, y se regirán por un código municipal, que sentará los principios generales para su organización, funcionamiento y ejercicio de sus facultades autónomas. Los municipios estarán obligados a colaborar con otras instituciones públicas en los planes de desarrollo nacional o regional. Y que las decisiones que se toman en el ámbito municipal son determinantes para el desarrollo armónico del turismo.

Es en el ámbito de las localidades donde se encuentran los visitantes y los anfitriones, donde convergen el patrimonio, la infraestructura, la superestructura y los servicios turísticos y culturales que posibilitan su accesibilidad física y comercial, lo que hace necesario diseñar propuestas creativas que generen una diferenciación sustancial de los destinos aprovechando las singularidades de cada comunidad y territorio.

SOCIEDAD CIVIL

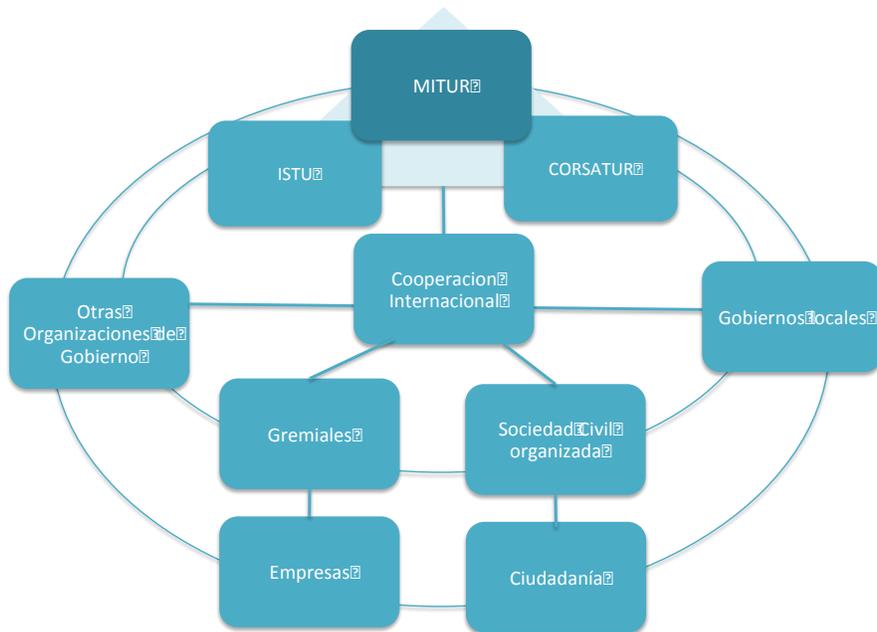
Es obligación del Estado garantizar a los habitantes de El Salvador el derecho de asociarse libremente y fomentar la participación de la sociedad civil dentro de sus programas de desarrollo social para lograr eficiencia, manteniendo bajo su tutela las funciones normativas, de supervisión y fiscalización.

En el país operan asociaciones y fundaciones, cuyo esfuerzo y trabajo ha brindado resultados positivos en el mejoramiento de las condiciones de vida de muchas familias salvadoreñas al realizar acciones tendientes al desarrollo económico, social y ambiental del país, incidiendo en diversas cuestiones relativas al desarrollo armónico del turismo.

INTEGRACIÓN REGIONAL

El Estado salvadoreño promueve la integración humana, económica, social y cultural con las repúblicas americanas y especialmente con las del istmo centroamericano, y es miembro activo del Sistema de Integración Turística Centroamericana y la Organización Mundo Maya, lo que representa una oportunidad para generar proyectos de desarrollo regional, intercambiar experiencias en materia de nuevas modalidades de turismo y crear circuitos regionales que fortalezcan su posicionamiento en los mercados de larga distancia y actividades turísticas transfronterizas que extiendan los beneficios del turismo entre las regiones vecinas.

GOBERNANZA TRANSVERSAL



POLÍTICAS DE GOBERNANZA TRANSVERSAL

1. POLÍTICA DE FORTALECIMIENTO E INTEGRACIÓN DE LAS INSTITUCIONES DEL GOBIERNO NACIONAL RELACIONADAS CON EL TURISMO

ESTRATEGIAS	ACTORES
<p>A. Consolidar el liderazgo del Ministerio de Turismo como institución rectora del turismo.</p> <p>B. Fortalecer la capacidad operativa de la Corporación Salvadoreña de Turismo.</p> <p>C. Fortalecer la capacidad operativa del Instituto Salvadoreño de Turismo.</p> <p>D. Promover la alineación e integración de las instituciones del gobierno nacional que inciden en el turismo.</p>	<p>Presidencia de la República, Consejo de Ministros, Asamblea Legislativa, Comisión de Turismo de la Asamblea Legislativa. Secretaría de la Presidencia, Secretaría de Asuntos Legislativos y Jurídicos de la Presidencia, Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Instituto Salvadoreño de Turismo.</p>

2. POLÍTICA DE IMPULSO A LA DESCENTRALIZACIÓN EN EL ÁMBITO TURÍSTICO

ESTRATEGIAS	ACTORES
<p>A. Fortalecer los vínculos con los gobiernos municipales para la gestión turística.</p> <p>B. Fortalecer los Comités de Desarrollo Turístico.</p> <p>C. Fortalecer la gestión de los Centros de Amigos del Turista como interlocutores locales.</p> <p>D. Conformar redes turísticas regionales.</p>	<p>Presidencia de la República, Secretaría de Inclusión Social, Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Instituto Salvadoreño de Turismo, Ministerio de Gobernación, Ministerio de Economía, Ministerio de Obras Públicas, Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local, Instituto Salvadoreño de Desarrollo Municipal, Gobiernos Municipales, Comités de Desarrollo Turístico.</p>

3. POLÍTICA DE INTEGRACIÓN Y COOPERACIÓN INTERNACIONAL

ESTRATEGIAS	ACTORES
<p>A. Participar activamente en la Secretaría de Integración Turística Centroamericana</p> <p>B. Participar activamente en la Organización Mundo Maya.</p> <p>C. Fortalecer los vínculos con organizaciones cooperantes.</p>	<p>Presidencia de la República, Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Instituto Salvadoreño de Turismo, Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de Economía, Secretaría de la Presidencia, Gobiernos Municipales, Sistema de Integración Turística Centroamericana, Organización Mundo Maya, Organización Mundial de Turismo, Organización de Estados Americanos, agencias de cooperación internacional, organismos financieros internacionales, países amigos, banca de fomento, organizaciones civiles.</p>

4. POLÍTICA DE MEJORA DE LA PERCEPCIÓN DE SEGURIDAD DEL PAÍS Y MANEJO DE CRISIS

ESTRATEGIAS	ACTORES
<p>A. Generar un programa de relaciones públicas.</p> <p>B. Fortalecer a la Policía de Turismo de El Salvador (POLITUR)</p> <p>C. Establecer mecanismos de información y apoyo a los visitantes en casos de crisis.</p>	<p>Presidencia de la República, Consejo de Ministros, Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Instituto Salvadoreño de Turismo, Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de Defensa, Secretaría de Comunicaciones de la Presidencia, Secretaría de la Vulnerabilidad de la Presidencia de la República, Red Consular, Policía Nacional Civil, POLITUR, Gobiernos Municipales, Cámara Salvadoreña de Turismo, gremiales, Buró de Visitantes y Convenciones, Comités</p>

1. POLÍTICA DE FORTALECIMIENTO E INTEGRACIÓN DE LAS INSTITUCIONES DEL GOBIERNO NACIONAL RELACIONADAS CON EL TURISMO

Reconociendo a la actividad turística como prioridad nacional por su capacidad de incidir en la solución de los grandes retos del país, las diversas instancias de gobierno nacional asumen objetivos y establecen proyectos y programas en sus distintos ámbitos de responsabilidad, orientadas a generar las condiciones que permitan que la actividad turística genere los impactos esperados en la economía, el medio ambiente y la sociedad.

En este contexto, Ministerio de Turismo, como instancia rectora del turismo, establece acuerdos y negociaciones que inciden en la conformación de la agenda pública y en el proceso de toma de decisiones para la asignación de recursos y el funcionamiento de procesos administrativos interinstitucionales que determinan la acción cotidiana de la administración pública en los ámbitos que inciden en el desarrollo turístico del país.

La política de fortalecimiento e integración de las instituciones del gobierno nacional relacionadas con el turismo se vincula con cuatro estrategias:

Estrategias para el fortalecimiento e integración de las instituciones del Gobierno Nacional relacionadas con el turismo

A. Consolidar el liderazgo del Ministerio de Turismo como institución rectora del turismo.

B. Fortalecer la capacidad operativa de la Corporación Salvadoreña de Turismo .

C. Fortalecer la capacidad operativa del Instituto Salvadoreño de Turismo.

D. Promover la alineación e integración de las instituciones del gobierno nacional que inciden en el turismo.

A. CONSOLIDAR EL LIDERAZGO DEL MINISTERIO DE TURISMO COMO INSTITUCIÓN RECTORA DEL TURISMO

Considerando que el Ministerio de Turismo de El Salvador se encarga de establecer las políticas, planes y estrategias para generar un ambiente propicio para el crecimiento del sector, y cimentar un espacio participativo para la construcción de un escenario turístico ordenado de acuerdo con los lineamientos que establece el Gobierno Nacional; apoyando y promoviendo la participación de los

diversos actores que inciden en la actividad, en un esquema de concertación de acciones autónomas y colectivas, promoviendo el desarrollo turístico.

Por tanto, se hace necesario fortalecer el estatus político, la capacidad de gestión, administración y liderazgo del Ministerio de Turismo, dotándolo de recursos tecnológicos, financieros y humanos,

acordes con su responsabilidad frente al país.

Las líneas de acción para consolidar el liderazgo de MITUR como institución rectora del turismo son:

- Realizar análisis periódico para identificar las necesidades de adecuación de la estructura y el marco programático de MITUR y mejora para dar seguimiento a la rectoría del sector, en estrecha coordinación con la Presidencia de la República.

- Realizar las adecuaciones necesarias al marco regulatorio y programático del MITUR en acuerdo con la Presidencia de la República y la Asamblea Legislativa.
- Dotar al MITUR de recursos tecnológicos, financieros y humanos acordes con su marco programático.
- Incentivar la actualización y formación constante, de los funcionarios encargados de impulsar la actividad turística.
- Revisar y desarrollar manuales de procedimientos, que faciliten el ejercicio homogéneo de las funciones de las unidades administrativas de la institución.

B. FORTALECER LA CAPACIDAD OPERATIVA DE LA CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO

La participación pública y privada en la junta directiva de CORSATUR, es un elemento que propicia el concepto de rectoría planteado en la Política Nacional de Turismo. En este sentido, el continuo fortalecimiento de los mecanismos de comunicación entre los representantes de la iniciativa privada con los miembros de la Cámara Salvadoreña de Turismo y las gremiales que la conforman, así como con otras organizaciones privadas que participan en la gestión del turismo en el país, seguirá siendo un tema prioritario para la institución.

La operación de CORSATUR estará alineada con los planteamientos establecidos en la Política Nacional de Turismo, por lo que su marco legal, su estructura y definición programática se revisarán periódicamente, para asegurar su consistencia y capacidad operativa, para implementar los programas necesarios para el desarrollo competitivo y sustentable de la actividad turística en el país.

Las líneas de acción para fortalecer la capacidad operativa de la Corporación Salvadoreña de Turismo son:

- Realizar un análisis estructural de CORSATUR para identificar las necesidades de adecuación y mejora que le permitan dar seguimiento a la implementación de proyectos y programas relacionados con la Política Nacional de Turismo en estrecha coordinación con MITUR y el ISTU.
- Realizar las adecuaciones necesarias al marco regulatorio y programático de CORSATUR.
- Dotar a CORSATUR de recursos financieros, tecnológicos y humanos congruentes con su marco programático.
- Incentivar la actualización y formación constante de los funcionarios encargados de impulsar la actividad turística.
- Revisar y desarrollar manuales de procedimientos que faciliten el ejercicio homogéneo de las funciones de las unidades administrativas de la institución.
- Implementar mecanismos de intervención para atender oportunamente las necesidades y oportunidades que se presenten en el mercado con la participación de los actores involucrados.

C. FORTALECER LA CAPACIDAD OPERATIVA DEL INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO

La relación de la vocación del ISTU con el sano esparcimiento de los salvadoreños, la recreación familiar y la inclusión social, hacen de este instrumento, el medio más propicio para la realización de programas vinculados con la promoción del turismo social en el país.

La operación del ISTU estará alineada con los planteamientos establecidos en la Política Nacional de Turismo, por lo que su marco legal, su estructura y definición programática, se revisarán periódicamente para asegurar su consistencia y capacidad operativa para implementar los programas necesarios para el desarrollo competitivo y sustentable de la actividad, recreativa y el turismo social en el país.

Las líneas de acción para fortalecer la capacidad operativa del Instituto Salvadoreño de Turismo son:

- Realizar un análisis estructural del ISTU para identificar las necesidades de adecuación y mejora que le permitan dar seguimiento a la implementación de la Política Nacional de Turismo, en estrecha coordinación con MITUR y CORSATUR.
- Realizar las adecuaciones necesarias al marco regulatorio y programático del ISTU.
- Dotar al ISTU de recursos financieros y humanos congruentes con su marco programático.
- Incentivar la actualización constante de los funcionarios encargados de impulsar la actividad turística en el país.
- Revisar y desarrollar los manuales de procedimientos que faciliten el ejercicio homogéneo de las funciones de las unidades administrativas de la institución.

D. PROMOVER LA ALINEACIÓN E INTEGRACIÓN DE LAS INSTITUCIONES DEL GOBIERNO NACIONAL QUE INCIDEN EN EL TURISMO

El desarrollo del turismo requiere de la participación de diversas instituciones nacionales con incidencia en el sector turístico, lo que hace necesario profundizar en los programas de cooperación, vinculación y transferencia para la búsqueda de consensos, que permitan fortalecer y aprovechar las oportunidades de desarrollo de proyectos y programa conjuntos que fortalezcan al sector turístico e incidan en el desarrollo del país; alineados con el concepto rector y las estrategias y acciones establecidas en la Política Nacional de Turismo. Estos acuerdos se establecerán en primera instancia, en el Consejo de Ministros de El Salvador, que participará en la actualización de la presente política y conformará las comisiones operativas permanentes o transitorias que se

consideren necesarias para negociar acuerdos interministeriales.

La activación de las comisiones relativas a asuntos relacionados con el turismo, permita establecer mecanismos de coordinación intersectorial, en un esquema que funciona en múltiples sentidos: optimizar esfuerzos y recursos, facilitar la interlocución de los actores, facilitar el intercambio de conocimientos y promover la generación de dinámicas de participación, que pongan en manos de los actores adecuados los proyectos y programas bajo el principio de responsabilidad compartida.

Para alinear e integrar a las instituciones que participan en los diversos temas de incidencia en asuntos turísticos, las líneas de acción a seguir son:

- Fortalecer la agenda relacionada con turismo en el Consejo de Ministros.
- Identificar las áreas de oportunidad para la incorporación de las instituciones que participan en el desarrollo sostenible del turismo.
- Identificar y desarrollar programas y proyectos que fortalezcan el desempeño del turismo en función de a los objetivos de cada institución.
- Evaluar la relevancia de creación de áreas dedicadas al turismo dentro de las instancias nacionales que convergen con las estrategias de la Política Nacional de Turismo.
- Incentivar la actualización constante en materia turística, entre los funcionarios que participan en asuntos relativos a la actividad .
- Utilizar sistemas de gestión de conocimiento para orientar, monitorear, evaluar y retroalimentar las acciones de desarrollo turístico nacional.

INCIDENCIA DE LAS INSTITUCIONES DEL GOBIERNO NACIONAL EN ASUNTOS RELACIONADOS CON LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

INSTITUCIÓN	INCIDENCIA EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA
Secretaría de la Presidencia	Coordinación de gabinetes de gestión vinculados con temas y sectores que inciden en el desarrollo del turismo, y promoción de la inversión
Ministerio de Gobernación	Legalización y otorgamiento de personería jurídica de organizaciones sin fines de lucro, respuesta a desastres y emergencias, migración y extranjería
Ministerio de la Defensa	Asistencia en caso de desastres
Ministerio de Educación	Educación de calidad para todos, formación vocacional en turismo y fortalecimiento la identidad nacional
Ministerio de Economía	Establecimiento de incentivos , legalización y otorgamiento de personería jurídica de empresas relacionadas, impulso y apoyo a emprendimientos turísticos, fomento a la inversión operación del Centro Internacional de Ferias y Convenciones CIFCO
Ministerio de Hacienda	Registro y control en materia fiscal y otorgamiento de permisos de operación de empresas turísticas e incentivos fiscales a los proyectos de interés turístico nacional calificados por MITUR.
Ministerio de Relaciones Exteriores	Suscribir convenios de cooperación internacional y comunicación con salvadoreños en el exterior, principales promotores del turismo en el exterior y atracción de inversiones.
Ministerio de Justicia y Seguridad Pública	Seguridad de ciudadanos y seguridad de los turistas en zonas prioritarias (POLITUR)
Ministerio de Trabajo y Previsión Social	Profesionalización y competencias laborales, mejorar la productividad e inserción productiva de la población e investigación de oferta y demanda laboral
Ministerio de Salud	Proteger la salud de los habitantes y visitantes, control de epidemias, permisos y control de establecimientos turísticos en materia de salud e higiene
Ministerio de Agricultura y Ganadería	Fomento a encadenamientos productivos en el entorno rural, desarrollo rural en general y apoyo a emprendimientos relacionados con el agroturismo
Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales	Proteger y difundir el patrimonio natural, y evaluaciones de impacto ambiental y permisos de operación en áreas naturales protegidas
Ministerio de Obras Públicas	Construcción de infraestructuras de servicios básicos y conectividad; construcción y mantenimiento de red de carreteras, caminos vecinales y acceso a destinos turísticos
Secretaría de Inclusión Social	Establecer mecanismos de integración de grupos vulnerables en la actividad turística
Secretaría de Cultura de la Presidencia	Proteger y difundir el patrimonio cultural tangible e intangible, que el turismo aprovecha para su operación

2. POLÍTICA DE IMPULSO A LA DESCENTRALIZACIÓN EN EL ÁMBITO TURÍSTICO

El funcionamiento del turismo y su desempeño a nivel local, implica hacer ajustes a la distribución de los esfuerzos y beneficios que éste genera, a partir de una mejor adaptación de las estrategias nacionales en el ámbito local, lo que permitirá tomar decisiones apropiadas y expeditas, que respondan a las necesidades locales.

El concepto de descentralización turística en la República de El Salvador, no es únicamente un proceso formal que permite transferir funciones, competencias y responsabilidades hacia los Gobiernos Municipales y otras personas jurídicas que participan en el desempeño de la actividad, sino un sistema de gestión que permite a la sociedad local, articularse a partir de una relación más directa y fluida.

En este sentido, se han establecido los Centros de Amigos del Turista (CAT), como oficinas regionales que permiten la interlocución de los funcionarios de las instituciones relacionadas con el turismo y la población local.

A. FORTALECER LOS VÍNCULOS CON LOS GOBIERNOS MUNICIPALES PARA LA GESTIÓN TURÍSTICA

Los Gobiernos Municipales tienen un papel determinante en el desarrollo turístico de los destinos del país y los procesos de descentralización en los nuevos escenarios democráticos, han implicado la transferencia de funciones, responsabilidades y toma de decisiones hacia los gobiernos municipales, que con su personalidad jurídica propia, gozan de capacidad de acción separada de la administración del gobierno central.

En términos de gestión turística, se reconoce que la proximidad de los

La suma de los esfuerzos nacionales y locales, que de manera coordinada operan a través de una red de interacciones en todo el territorio salvadoreño, hace más eficiente la inversión individual y colectiva, enlazando a los actores regionales y comunitarios con las metas y objetivos comunes.

La política de impulso a la descentralización en el ámbito turístico se vincula con cuatro estrategias:

Estrategias de impulso a la descentralización en el ámbito turístico

- A. Fortalecer los vínculos con los gobiernos municipales para la gestión turística.
- B. Fortalecer los Comités de Desarrollo Turístico.
- C. Fortalecer la gestión de los Centros de Amigos del Turista, como interlocutores locales.
- D. Conformar redes turísticas regionales.

gobiernos municipales con la ciudadanía y la relación continuada y directa con la misma, les permite conocer directamente las necesidades y oportunidades que equilibren las presiones del crecimiento del turismo con las necesidades de las poblaciones locales.

Para capitalizar esfuerzos y recursos, y tener mejores resultados para diseñar, desarrollar y promover la oferta turística de El Salvador, las instituciones nacionales relacionadas con el turismo, mantienen una comunicación constante, abierta y recíproca

con los Gobiernos Municipales, para lograr que las acciones nacionales se vinculen con las necesidades locales, al tiempo que los programas y proyectos municipales orientados al desarrollo turístico, estén alineadas con los planteamientos de desarrollo nacional

Las líneas de acción para fortalecer las estructuras municipales para la gestión turística son:

- Proporcionar a los funcionarios municipales, conocimientos y herramientas que fortalezcan sus capacidades en términos de gestión turística.
- Colaborar en el diseño de modelos de desarrollo acordes con la vocación de cada municipio.

- Apoyar la elaboración de planes maestros de desarrollo turístico municipal, alineados con la Política Nacional de Turismo.
- Promover el fortalecimiento institucional y jurídico de los municipios en materia turística.
- Apoyar la consolidación de alianzas entre los municipios, las instituciones del gobierno central, asociaciones civiles, actores privados y agencias de cooperación en materia de turismo.
- Encauzar proyectos y programas hacia el ámbito municipal, proporcionando apoyo técnico y financiero para su implementación.

B. FORTALECER LOS COMITÉS DE DESARROLLO TURÍSTICO

La creación y fortalecimiento de comités de desarrollo turístico como entidades autónomas del Estado, es fundamental para apoyar los procesos de descentralización, la responsabilidad compartida y los procesos democráticos del país; pues favorecen la coordinación de las instituciones nacionales, los empresarios turísticos locales, los representantes de los Gobiernos Municipales y otros actores relevantes de las comunidades receptoras.

La participación activa, enfocada y autónoma de los comités para planificar e implementar proyectos turísticos que agreguen valor a los destinos, debe proponer un manejo adecuado de las oportunidades de los espacios turísticos, adaptándose a las condiciones de cada localidad, municipio y región; tomando en cuenta tanto aspectos naturales y físico-geográficos, como sociales, culturales y de intervención humana.

Así, el fortalecimiento de los comités, se traduce en una mejora en la calidad de vida, por la generación de impactos positivos en la economía, el medio ambiente y la

capacidad social de tomar decisiones, que resulten de los proyectos e iniciativas que se emprenden en las localidades turísticas.

Las líneas de acción para fortalecer los comités de desarrollo turístico locales son:

- Fomentar la creación y fortalecimiento de los comités de desarrollo turístico en las localidades con potencial turístico.
- Definir las funciones, las áreas de competencia y reglamentos, de los comités de desarrollo turístico en cada localidad, promoviendo su autonomía.
- Promover la representatividad de los diversos actores turísticos en los comités de desarrollo turístico.
- Proveer capacitación para mejorar la gestión turística local, y establecer estrategias de procuración de recursos que permitan la realización de proyectos y fortalezcan la autonomía de los comités.
- Fortalecer las competencias de los comités, para la conservación de los recursos culturales y naturales con valor patrimonial.

C. FORTALECER LA GESTIÓN DE LOS CENTROS DE AMIGOS DEL TURISTA COMO INTERLOCUTORES LOCALES

La creación y fortalecimiento de los Centros de Amigos del Turista (CAT), que tienen la doble función de atender a los visitantes en caso necesario, así como establecer vínculos con los actores locales, públicos y privados que inciden en la actividad turística, representan una clara oportunidad para facilitar la gestión turística local.

Los CAT son también un instrumento para generar inteligencia de mercado en sus regiones de influencia, particularmente en cuanto al fortalecimiento territorial del Registro Nacional de Turismo y el levantamiento de información estratégica que alimente y fortalezca los sistemas de

gestión de conocimiento necesarios para orientar las decisiones del sector.

Las líneas de acción para fortalecer a los CAT como interlocutores locales son:

- Generar lineamientos y manuales de operación claros respecto a la gestión de cada CAT en función de las necesidades de sus regiones de influencia.
- Implementar programas de capacitación constante y especializada para el mejoramiento técnico de los CAT.
- Mejorar el equipamiento y capacidad de gestión de los CAT.

D. CONFORMAR REDES TURÍSTICAS REGIONALES

La participación articulada de los actores de distintas localidades, a partir de redes regionales que contribuye a un mayor aprovechamiento de las oportunidades de mercado y la distribución de los flujos turísticos, el intercambio de experiencias, el planteamiento de una visión común para el desarrollo territorial y la articulación de proyectos integrales que promuevan el desarrollo conjunto de los destinos; propiciando así la diversificación de las ofertas y flujos turísticos en el territorio nacional, y fomentando la competitividad turística de las regiones y localidades turísticas.

Considerando que los territorios turísticos no siempre responden a una lógica geopolítica, es necesario conformar redes regionales desde una lógica turística-territorial que contemplen la posición geográfica, el nivel de desarrollo, la vocación turística, las relaciones comerciales de las localidades involucradas, así como la afinidad y complementariedad de sus recursos y mercados. Esto implica que un comité local

pueda participar en más de una red turística regional.

Las líneas de acción para conformar redes turísticas regionales son:

- Establecer criterios de selección para la integración de los comités de desarrollo turístico locales a las redes regionales.
- Promover la incorporación de comités locales en redes turísticas de las regiones que les son afines.
- Definir mecanismos de funcionamiento y comunicación de las redes turísticas regionales.
- Diseñar los mecanismos de participación e inclusión social para la integración de nuevos actores a las redes turísticas.
- Diseñar mecanismos de evaluación del desempeño de las redes y los proyectos que se implementen.
- Realizar diagnósticos periódicos para identificar otras necesidades, oportunidades y potencialidades propias de los grupos y regiones, para su fortalecimiento y consolidación de la red.

3. POLÍTICA DE INTEGRACIÓN Y COOPERACIÓN INTERNACIONAL

Los países del mundo buscan relacionarse entre sí por distintos motivos, entre los que destacan el de mejorar las condiciones de una región común entre las naciones que la conforman, apoyar el desarrollo de países o regiones menos desarrollados, favorecer la paz de regiones en conflicto, evitar el deterioro del medio ambiente o disminuir los efectos del calentamiento global; que son temas que atañen a todos.

En materia turística, El Salvador establece diferentes relaciones con otras naciones, a través del Ministerio de Turismo en estrecha colaboración con el Ministerio de Relaciones Exteriores, en distintos ámbitos: integración regional, intercambios comerciales, desarrollo científico y tecnológico, ayudas financieras y asistencia técnica.

Como miembro de Organización Mundial de Turismo (OMT), El Salvador participa en diversos programas y proyectos, particularmente orientados a la inteligencia de mercado, la medición de los impactos del turismo, y es el primer país de Centroamérica que forma parte de la campaña de adhesión de líderes mundiales por el turismo.

En los proyectos de integración regional, la República de El Salvador ha formalizado diversos acuerdos para lograr objetivos comunes en cuanto a la solución de problemas económicos, sociales y ambientales. En el caso del turismo, se concentran en proyectar una imagen regional que refuerza la percepción de los países de la región; favorecer y facilitar la movilidad regional que permite la

distribución de los flujos turísticos; conformar ofertas que resulten más atractivas para los mercados de larga distancia. Estos acuerdos han dado como resultado la conformación de SITCA (Sistema de Integración Turística Centroamericana), la CATA, (Agencia de Promoción Turística Centroamericana) y la OMM (Organización Mundo Maya), que se encargan de vigilar el cumplimiento de lo pactado y favorecer que se logren los objetivos establecidos a través de sus respectivos Consejos de Ministros.

En términos de vinculación con países cooperantes, El Salvador es altamente elegible para recibir asistencia técnica y financiera, lo que supone un apoyo importante para el desarrollo del país; por lo que ha firmado diversos convenios de colaboración, tanto con países como con agencias e instituciones de cooperación y organismos financieros regionales e internacionales, que apoyan el desarrollo territorial, humano y comercial y favorecen el desempeño del turismo.

La política de integración y cooperación internacional se vincula con tres estrategias:

Estrategias de integración y cooperación internacional

- A. Participar activamente en la Secretaría de Integración Turística Centroamericana.
- B. Participar activamente en la Organización Mundo Maya.
- C. Fortalecer los vínculos con organizaciones cooperantes.

A. PARTICIPAR ACTIVAMENTE EN LA SECRETARÍA DE INTEGRACIÓN TURÍSTICA CENTROAMERICANA

Los intentos por lograr una integración centroamericana se remontan al tiempo en que se consolida la independencia política en la región. Actualmente se considera que la región centroamericana ha sido pionera en cuanto a procesos de integración regional, lo que representa una oportunidad en términos de exposición internacional.

En materia de turismo, se cuenta con un instrumento de concertación operativa, el SITCA (Sistema de Integración Turística Centroamericana), donde El Salvador con los demás países de la región, reafirman su compromiso para lograr la integración turística regional; que permita unir recursos, voluntades y esfuerzos, a fin de proyectar ante el mundo una imagen turística común.

En este sentido, los países miembros han establecido la Agencia de Promoción Turística Centroamericana, y diseñado una marca regional, que va orientada a posicionar Centroamérica como un multidestino, cuya diversidad de recursos y atractivos, hace a los países de la región más competitivos frente a los mercados de larga distancia, que en general prefieren realizar sus viajes a la región tocando varios países y disfrutando diversos tipos de destinos en el mismo recorrido. Para fortalecer la capacidad turística regional, han incorporado y capacitado a los grupos locales para manejar eficientemente la actividad, involucrándolos en el proceso de desarrollo sostenible, aumentando los niveles de bienestar, respetando la diversidad natural, cultural y étnica; lo que contribuye a fortalecer la identidad centroamericana.

El Salvador aprovecha su posición privilegiada en el centro de la región

centroamericana, rodeado de países con los que comparte un vínculo marcado por su historia y cultura, para insertarse en los proyectos de desarrollo y posicionamiento; promoviendo la conectividad aérea, terrestre y marítima de Centroamérica, para crear circuitos turísticos regionales como fuente para fomentar el turismo hacia el país, impulsando la integración de ofertas que puedan ser suministradas por operadores turísticos salvadoreños, regionales e internacionales; así como promover que los destinos de El Salvador se incorporen en las guías impresas y electrónicas que consultan los viajeros de larga distancia para planear sus viajes a Centroamérica.

Las líneas de acción para participar activamente en la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA) son:

- Promover alianzas específicas para la integración centroamericana en términos turísticos.
- Posicionar la marca regional para contribuir al fortalecimiento de la identidad centroamericana y el posicionamiento de la región.
- Promover el fortalecimiento de los flujos turísticos intrarregionales
- Participar en la realización de foros y congresos de integración turística centroamericana.
- Participar en el planteamiento, diseño y desarrollo de proyectos relacionados con la integración de rutas multitemáticas y especializadas.
- Fomentar la realización de viajes de intercambio y familiarización entre los actores turísticos de los países de la región.

B. PARTICIPAR ACTIVAMENTE EN LA ORGANIZACIÓN MUNDO MAYA

La Organización Mundo Maya, de la que El Salvador es parte, surge con la finalidad de coordinar, asistir y estimular el desarrollo turístico, cultural y ambiental de la región en que se desarrolló la civilización maya; reconociendo la importancia de conservar y mantener la herencia cultural común y los recursos naturales de la región para las generaciones actuales y venideras.

La región comprende los países Centroamericanos de Belice, El Salvador, Guatemala y Honduras, así como los estados mexicanos de Campeche, Chiapas, Tabasco, Quintana Roo y Yucatán; y se distingue por antecedentes históricos y etnográficos comunes, originados por la influencia de la civilización maya.

El salvador se suma a la estrategia regional, que propone aprovechar el valor perceptual de la significación de la cultura maya, reconocida en prácticamente todo el mundo, y la infraestructura de acceso, alojamiento e imagen de los destinos que se encuentran en etapas de mayor madurez, para impulsar el desarrollo de los destinos en etapa inicial y por lo tanto, de la región en su conjunto, combinando la oferta de zonas arqueológicas, ciudades coloniales, pueblos típicos, culturas vivas, atractivos naturales y playas, para conformar una oferta competitiva y altamente diferenciada. Los países miembros y la OMM, han logrado posicionar la marca *Mundo Maya* desde hace más de veinte años, y actualmente es utilizada incluso por diversos tour operadores internacionales que promueven viajes a la región.

Para capitalizar las ventajas de participar en esta región, El Salvador incorpora la oferta

del país a circuitos turísticos regionales, impulsando la integración de productos y servicios que puedan ser ofrecidas por operadores turísticos salvadoreños, regionales e internacionales; así como lograr que los destinos de El Salvador sean incluidos en las guías impresas y electrónicas que consultan los viajeros de larga distancia para planear sus viajes. Así mismo, aprovecha la interconexión aérea de los *hubs* regionales para hacer más accesible la visita al país.

Las líneas de acción para participar de manera activa en la Organización Mundo Maya (OMM) son:

- Promover alianzas específicas con los países de la región Mundo Maya.
- Capitalizar la posición de Joya de Cerén como Patrimonio Cultural de la Humanidad.
- Fortalecer la inclusión de los sitios arqueológicos, naturales y culturales de El Salvador, en las estrategias de promoción del Mundo Maya.
- Promover la marca Mundo Maya para contribuir a su posicionamiento.
- Fortalecer la vinculación de El Salvador con el posicionamiento de la región.
- Participar en la realización de foros y congresos de integración turística.
- Participar en el planteamiento, diseño y desarrollo de proyectos relacionados con la integración de rutas multi temáticas y especializadas.
- Participar en la realización de viajes de intercambio y familiarización entre los actores turísticos de los países de la región.

C. FORTALECER LOS VÍNCULOS CON ORGANIZACIONES COOPERANTES

El Ministerio de Turismo trabaja en estrecha colaboración con el Ministerio de Relaciones Exteriores, para promover la concertación de acuerdos y convenios que fortalezcan el desarrollo de las capacidades locales en los ámbitos técnico, científico, tecnológico, cultural, educativo y promocional y económico; que favorezcan el desarrollo del turismo en los destinos del país. Para lograrlo, se promueve la alineación de los proyectos y programas, con los principios establecidos en la Política Nacional de Turismo, con el objetivo de forjar una, una cultura turística emprendedora, incluyente y responsable, un territorio integrado y sostenible y un posicionamiento competitivo.

Existen organizaciones cooperantes que se vinculan directamente con los actores locales, tanto con los gobiernos municipales como con otras figuras jurídicas que se relacionan con sus objetivos específicos. Para lograr que sus intervenciones se alineen con la Política Nacional de Turismo, se promueve que los actores locales la reconozcan como suya y la promuevan con entre los interlocutores internacionales.

Los proyectos de cooperación relacionados con el ámbito turístico, se orientan a partir del Plan Maestro de Cooperación Internacional para el Desarrollo Turístico de El Salvador que contempla cuatro ejes prioritarios:

Fortalecimiento de las capacidades del Ministerio de turismo, CORSATUR e ISTU, así como el sector privado para formular y ejecutar proyectos de turismo sostenible.

Cooperación y financiamiento de proyectos que apoyen el desarrollo de turismo sostenible en El Salvador.

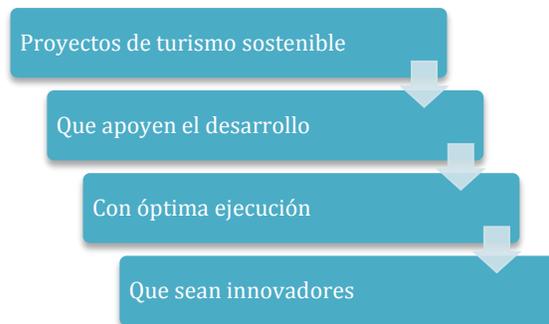
Óptima ejecución de los proyectos de cooperación en materia de turismo.

Proyectos y propuestas innovadores, susceptibles de apoyo por parte de los organismos de cooperación internacional.

Las líneas de acción para fortalecer los vínculos con organizaciones cooperantes son:

- Fortalecer el posicionamiento de El Salvador como receptor de cooperación internacional.
- Promover convenios y acuerdos de cooperación en materia de turismo.
- Identificar nuevas fuentes cooperantes.
- Formular proyectos y elaborar propuestas para acceder a cooperación alineada con los programas de las organizaciones cooperantes y la Política Nacional de Turismo.
- Triangular proyectos de cooperación internacional con el fin de obtener fondos de contrapartida.
- Diseñar e implementar programas de seguimiento, evaluación y difusión de los proyectos de cooperación.
- Promover foros y reuniones con la participación de organizaciones cooperantes.
- Participar en foros y reuniones organizados por las organizaciones cooperantes

MODELO DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL



4. POLÍTICA DE MEJORA DE LA PERCEPCIÓN DE SEGURIDAD DEL PAÍS Y MANEJO DE CRISIS

El turismo es una actividad vulnerable a los impactos de las crisis, que ponen a prueba la capacidad de resistencia de los destinos. Las crisis pueden estar vinculadas con catástrofes naturales, eventos sociales, y políticos. El impacto de ellas, puede ser mucho más grave hoy que años atrás, debido a la difusión instantánea y masiva vía internet, y el efecto viral de las redes sociales; así mismo, se pueden utilizar estos instrumentos para contrarrestarlas.

Las crisis de seguridad que ha vivido El Salvador en los últimos años, han afectado la percepción de seguridad entre la comunidad nacional e internacional, lo que es en uno de los principales retos para el país y la actividad turística; y para lograr un cambio de percepciones es necesario basarse en realidades.

La estrategia de manejo de crisis y percepción de seguridad se relaciona con tres ámbitos de actuación:

La comunicación de atributos vinculados con la seguridad, para aumentar la credibilidad y reputación del país reafirmando su imagen.

La aceptación pública del problema, errores e inconvenientes, lo que permite plantear soluciones públicas que fortalezcan la imagen del país, así como revisar y desvirtuar versiones de la realidad que la contravengan.

La prevención a través de un sistema de información y apoyo a los visitantes en casos de crisis.

En todos los casos, lo más importante es establecer planes operativos y objetivos de comunicación claros, y compartirlos con los interlocutores que participan en la solución y comunicación de la imagen del país. Para el manejo de crisis se considera fundamental contar con dos tipos de comités: un comité permanente y comités específicos.

El comité permanente estará conformado por un grupo de personas que se concentrará en generar estrategias para mejorar la percepción de seguridad del país; revisando constantemente las posibles amenazas y acciones, que podrían generar crisis específicas.

Los comités específicos se conformarán de forma temporal para dar solución a una crisis específica que pueda surgir en el país. Se reunirán a nivel nacional o local para dar solución a la situación en particular.

El fortalecimiento de la imagen de seguridad y manejo de crisis, se vincula con dos estrategias:

Estrategias de mejora de la imagen de seguridad y manejo de crisis

A. Generar un programa de relaciones públicas.

B. Fortalecer a la Policía de Turismo de El Salvador (POLITUR).

C. Establecer mecanismos de información y apoyo a los visitantes en casos de crisis.

A. GENERAR UN PROGRAMA DE RELACIONES PÚBLICAS

La problemática relacionada con la seguridad, trasciende a las actuaciones que pueden llevarse a cabo desde el ámbito

turístico; sin embargo, existen una serie de factores y asuntos asociados real y perceptualmente con la seguridad de los

turistas, que pueden utilizarse desde el turismo para coadyuvar a mejorar la percepción de seguridad, en los cuales deberán centrarse las actuaciones y comunicados que el sector turístico realice con este fin, tales como:

La relación con los representantes de los medios de comunicación nacionales e internacionales debe ser permanente, buscando su participación en la proyección de un país más seguro, sin menoscabo del respeto a la libre expresión.

La promoción del turismo interno que fortalezca la imagen de los destinos frente a los salvadoreños.

El fortalecimiento de la policía de turismo de El Salvador POLITUR, que se enfoca en proteger a los visitantes, y ha sido capacitada en primeros auxilios y cuenta con equipo de rescate.

La capacitación de los actores locales en primeros auxilios, manejo de crisis y auxilio a los visitantes y población en general, y la extensiva comunicación de esta estrategia.

La generación de mensajes relativos a las excelentes condiciones y certificaciones de infraestructura vial del país, un aeropuerto certificado y dos puertos bien equipados para recibir carga y cruceros.

La comunicación de los avances que se han logrado en materia de seguridad social, medioambiental, económica y política.

Equilibrar en tiempo real las noticias negativas y potenciar las positivas, procurando marcar la agenda en los temas de debate público.

Las estrategias de manejo de la comunicación, deberán tener como objetivo,

B. FORTALECER A LA POLICÍA DE TURISMO DE EL SALVADOR (POLITUR)

La Policía de Turismo es una División de la Policía Nacional Civil de El Salvador, que ha sido creada y especializada para asistir a la ciudadanía en materia de seguridad turística. En estrecha coordinación con MITUR, CORSATUR e ISTU, POLITUR

plantear y revisar constantemente los protocolos de comunicación y los mensajes que se difundan a través de los actores relacionados con las instituciones turísticas e iniciativa privada; basándose en el modelo de adentro hacia fuera, que genere un frente común de personas informadas directamente, y así minimizar los efectos del amarillismo y sensacionalismo de las malas noticias. Adicionalmente, en el comité de crisis, se designarán voceros específicos, y se promoverán planes de acción que mejoren la seguridad de los turistas y la percepción de seguridad de los destinos.

Las líneas de acción para generar un programa de relaciones públicas son:

- Conformación de un comité de crisis en el que participen sector público, privado y social.
- Selección de los voceros institucionales para distintos niveles de crisis e interlocución: internacional, nacional, regional y local.
- Difusión de boletines de prensa con noticias referentes a los temas relacionados con la percepción de seguridad.
- Difundir a través de redes sociales asuntos relacionados con la percepción de seguridad.
- Selección de estrategias adecuadas para los distintos tipos de crisis que afectan o pueden afectar al turismo.
- Realización de talleres y seminarios de planeación estratégica para el manejo de crisis, con los voceros y otros actores identificados como portavoces con influencia pública.

coadyuva a la prevención del delito y contribuye a elevar la imagen y cultura de El Salvador como destino turístico a nivel internacional, pues brinda seguridad, asistencia y orientación a los turistas, así

como protección al patrimonio cultural y turístico del país.

Los servicios que presta POLITUR son escoltas a turistas, asistencia a guías turísticos locales, inducción turística en centros educativos, capacitación en seguridad turística, seguridad en eventos turísticos nacionales y seguridad en circuitos turísticos.

Sus miembros están capacitados en buceo en aguas abiertas, rescate acuático, vertical y montañismo, idioma inglés, guías turísticos locales, patrimonio cultural, geografía de El Salvador, intervención policial en situaciones de explotación sexual

comercial, legislación de migración y extranjería, primeros auxilios, navegación marítima y maniobra de buques entre otras, y su constante actualización es fundamental para fortalecer su servicio.

Las líneas de acción para fortalecer a POLITUR son:

- Ratificar y fortalecer la relación entre MITUR, CORSATUR, ISTU y POLITUR.
- Fortalecer las alianzas de POLITUR con tour operadores, transportistas y otras empresas que son afines a sus objetivos.
- Capacitar y actualizar constantemente a los elementos de POLITUR

C. ESTABLECER MECANISMOS DE INFORMACIÓN Y APOYO A LOS VISITANTES EN CASOS DE CRISIS

Para la implementación de esta estrategia, se brindarán conocimientos y herramientas que permitan a los actores, responder operativa y comunicacionalmente ante un evento o incidente que represente una amenaza para los visitantes; para tomar decisiones asertivas y oportunas que garanticen la seguridad de los turistas, y fortalezcan la percepción de que la experiencia turística en El Salvador se desarrolla en un escenario seguro y confiable, donde los actores involucrados en la gestión del turismo, se comprometen a identificar situaciones de riesgo y soluciones para enfrentarlas, mejorando la imagen del país.

Las líneas de acción para establecer mecanismos de información y apoyo a los visitantes en casos de crisis son:

- Conformación de comités de crisis por regiones, responsables de identificar y conducir las actuaciones en caso de crisis fortuitas.
- Identificar a los actores que incidirán en la solución y comunicación de los factores de crisis.

- Seleccionar las estrategias adecuadas para los distintos tipos de crisis que afectan o pueden afectar al turismo, de acuerdo a las condiciones por región.
- Realizar talleres y seminarios de planeación estratégica para el manejo de crisis con los voceros y otros actores identificados como portavoces con influencia pública.
- Elaborar y difundir manuales de manejo y prevención de crisis entre los establecimientos turísticos, particularmente MIPYMES (logística y comunicación).
- Diseñar y difundir una base de datos para ofrecer información de servicios médicos, jurídicos, protección civil, entre otros.
- Seleccionar y capacitar a las personas que conformarán los comités de crisis para reaccionar correctamente en caso de emergencia y crisis.
- Realizar simulacros con diversos actores que deberán actuar en una crisis.
- Establecer cinturones de seguridad en los destinos prioritario.

EJE II.

GESTIÓN DE CONOCIMIENTO, PLANIFICACIÓN Y TRANSPARENCIA

Decisiones oportunas y
bien informadas

EJE II. GESTIÓN DE CONOCIMIENTO, PLANIFICACIÓN Y TRANSPARENCIA

Información inteligente que contribuya a mejorar la calidad de las decisiones en el ámbito turístico.

OBJETIVO GENERAL

Reunir, analizar, almacenar y compartir información estratégica, que oriente la planificación turística en los ámbitos públicos y privados.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Establecer mecanismos para recabar, analizar y procesar información estratégica segura y confiable.

Diseñar herramientas que sustenten la planificación estratégica para que los destinos de El Salvador se desarrollen de forma sostenible, sustentable y se posicionen competitivamente en el ámbito nacional e internacional.

Difundir información ofensiva y estratégica de forma ordenada y transparente.

DECISIONES OPORTUNAS Y BIEN INFORMADAS

La gestión del conocimiento está enmarcada en el desarrollo de nuevas tecnologías y metodologías que permiten recabar, producir y administrar información de forma confiable y oportuna; procesarla para generar conocimientos útiles y trascendentes; y compartirla con los distintos actores que participan en la actividad, para facilitar la toma de decisiones acertadas en las distintas coyunturas que afectan el desarrollo y el posicionamiento del país y los destinos que lo conforman.

VELOCIDAD DEL CAMBIO

La facilidad de la comunicación entre individuos, consumidores y oferentes de productos y servicios, ha transformado de forma drástica los conceptos de competitividad. Los ciclos de vida de los productos son más cortos y los competidores tardan menos en copiar las nuevas ideas; las empresas y los destinos se ven forzados a reconsiderar los factores tradicionales asociados con la competitividad para tener una ventaja competitiva sustancial en un entorno comercial que cambia a toda velocidad. En este sentido, es necesario que los actores relacionados con el diseño de productos y servicios turísticos y asociados, cuenten con información y conocimientos, que les permitan la constante innovación, para hacer frente a los retos del mercado de manera oportuna y eficaz.

INFORMACIÓN ORGANIZADA

La posición rectora del Ministerio de Turismo se fortalece al promover la sincronía entre las personas que utilizan la información y generan conocimientos; recaba y administra información de múltiples fuentes nacionales, regionales e internacionales; promueve y desarrolla la investigación; analiza y comparte información estratégica y conocimientos relacionados con el desarrollo turístico, para que los actores que participan en la actividad puedan concebir, organizar y operar el turismo en sus distintos ámbitos de influencia.

PLANIFICACIÓN SÓLIDA

La planificación de la gestión pública, está basada en conocimientos estratégicos, y se expresa en tres documentos rectores: la Política Nacional de Turismo, que está determinada por un conjunto coherente y preciso de objetivos, estrategias y acciones que orientan el desarrollo turístico del país; el Plan Nacional de Turismo que tiene la finalidad de ordenar las acciones del sector público y orientar la utilización de los recursos institucionales en materia de turismo; y el Plan Nacional de Promoción Turística que ordena las acciones mercadológicas y los recursos del sector público para la promoción del país y los destinos que lo conforman.

TRANSPARENCIA

Por su parte, la información pública es difundida mediante procedimientos sencillos y rápidos de acuerdo con lo establecido en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, para promover la participación ciudadana, la rendición de cuentas y el control en la gestión de los recursos que realizan las instituciones del Estado.

POLÍTICAS DE GESTIÓN DE CONOCIMIENTO, PLANIFICACIÓN Y TRANSPARENCIA

5. POLÍTICA DE INTELIGENCIA DE MERCADOS	
ESTRATEGIAS	ACTORES
<p>A. Fortalecer el Observatorio Turístico.</p> <p>B. Promover la articulación del sector académico en la investigación turística y la transferencia de conocimientos.</p>	<p>Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Instituto Salvadoreño de Turismo, Ministerio de Economía, Banco Central de Reserva de El Salvador, Agencia de Promoción de Exportaciones e Inversiones de El Salvador, Gobiernos Municipales, universidades, académicos e investigadores, empresas, organizaciones Cámara Salvadoreña de Turismo, gremiales.</p>
6. POLÍTICA DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA	
ESTRATEGIAS	ACTORES
<p>A. Actualizar la Política Nacional de Turismo.</p> <p>B. Actualizar el Plan Nacional de Turismo.</p> <p>C. Formular el Plan Nacional de Promoción Turística.</p> <p>D. Apoyar el diseño de planes y programas .municipales, regionales y gremiales en el ámbito turístico.</p>	<p>Presidencia de la República, Secretaría de Cultura, Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Instituto Salvadoreño de Turismo, Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de Economía, Ministerio de Gobernación, Ministerio de Trabajo y Bienestar Social, Secretaría Técnica de la Presidencia, Agencia de Promoción de Exportaciones e Inversiones de El Salvador, Fondo de Desarrollo Productivo, Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, Gobiernos Municipales, Cámara Salvadoreña de Turismo, gremiales del sector turístico, CDT, universidades, comunidades receptoras.</p>
7. POLÍTICA DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN PÚBLICA Y ESTRATÉGICA	
ESTRATEGIAS	ACTORES
<p>A. Divulgar la información oficioso que establece la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.</p> <p>B. Crear de un sistema de recopilación y difusión permanente del marco regulatorio que impacta a los actores del sector turístico.</p> <p>C. Difundir información estratégica de utilidad para el sector.</p>	<p>Presidencia de la República, Subsecretaría de Transparencia y Anticorrupción, Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Instituto Salvadoreño de Turismo, Fondo de Desarrollo Productivo, Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, Gobiernos Municipales, Cámara Salvadoreña de Turismo, gremiales del sector turístico, Comités de Desarrollo Turístico, universidades, comunidades receptoras.</p>

5. POLÍTICA DE INTELIGENCIA DE MERCADOS

La construcción de sistemas de inteligencia de mercados para la gestión turística de El Salvador, se orienta a la producción, procesamiento y difusión de información estratégica que permita orientar los planes y programas públicos y privados con mayor precisión, además de medir y evaluar el desempeño turístico del país y de los destinos para retroalimentar a los actores, incentivando las prácticas con resultados más positivos y facilitando realizar ajustes y tomar medidas correctivas oportunas cuando sea necesario.

Los sistemas de información y gestión del conocimiento se organizan para aumentar la visión turística de los actores relacionados con el turismo, desde una perspectiva global que permite comprender el desarrollo del turismo más allá del entorno inmediato, para poder encontrar nuevas oportunidades, ideas, información o recursos; agregar valor a los productos en función de las tendencias y prospectivas futuras y generar ventajas competitivas para el país en el ámbito turístico.

A. FORTALECER EL OBSERVATORIO TURÍSTICO

El observatorio turístico de El Salvador es una herramienta que integra diversos instrumentos de inteligencia sectorial, para analizar el comportamiento de las variables de la oferta y la demanda.

Los mecanismos que se desarrollan para recabar y difundir información estratégica para la gestión turística, incentivan el intercambio de conocimientos entre el sector público, privado, académico y social a través del fortalecimiento de redes de conocimiento a nivel nacional e internacional.

El observatorio turístico se desarrolla a partir de un proceso de mejora continua que considera la reunión, producción y análisis de información en los siguientes aspectos:

La alineación de metodologías de generación y procesamiento; el planteamiento de objetivos e indicadores nacionales y locales de la información, facilitan la medición y evaluación del desempeño del país en su conjunto, y hacen posible la comparación de los resultados de las estrategias locales y nacionales; permitiendo extraer lecciones y conocimientos para definir mejores prácticas que fortalezcan la gestión turística del país.

Las estrategias de inteligencia de mercado orientadas a generar y difundir información para la toma de decisiones oportunas y viables en el ámbito turístico son:

Estrategias de inteligencia de mercados

A. Fortalecer el Observatorio Turístico.

B. Promover la articulación del sector académico en la investigación turística y la transferencia de conocimientos.

Las tendencias del mercado nacional e internacional

Las características y condiciones de la oferta turística local

Las características y condiciones de las distintas instancias que participan en la actividad turística

Los procesos de la gestión turística, su desempeño y evolución

La información recabada se basa en las metodologías establecidas por la OMT, de manera que pueda ser comparable con la otros países y permita analizar el comportamiento turístico en el tiempo.

El desarrollo del observatorio implica el establecimiento de metodologías comunes

para el levantamiento de la información, así como determinar quién participará en proveerla y cómo se difundirán.

La información del observatorio sustenta la toma de decisiones de los empresarios y funcionarios públicos que participan en el desarrollo de los destinos y la promoción turística del país; permite evaluar los resultados de las acciones implementadas para retroalimentar los procesos y ayudar a su ajuste. sirviendo como base para la elaboración de diagnósticos y análisis comparativos de los destinos turísticos, y como plataforma para la elaboración de modelos de predicción y gestión turística.

Las líneas de acción para fortalecer el observatorio turístico de El Salvador son:

- Establecer alianzas con los actores que proporcionan información.
- Revisar y ajustar periódicamente el marco teórico y metodológico del observatorio turístico.

- Establecer un modelo que permita comprender el comportamiento del turismo de forma integral en cada destino, para orientar las decisiones estratégicas en materia de turismo.
- Diseñar la metodología de levantamiento encaminadas a diagnosticar la situación del turismo en los destinos, que aseguren la precisión de la información recabada.
- Recopilar y generar información de mercado que permita comprender las tendencias nacionales e internacionales.
- Implementar herramientas de análisis histórico, comparativo y prospectivo.
- Generar convenios y acciones conjuntas entre instituciones del gobierno nacional, los Gobiernos Municipales, universidades, empresas y otras organizaciones que puedan fortalecer la información del observatorio.

B. PROMOVER LA ARTICULACIÓN DEL SECTOR ACADÉMICO EN LA INVESTIGACIÓN TURÍSTICA Y LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTOS

La articulación e integración del sector académico de El Salvador en la investigación turística, tiene como objetivo construir un espacio de oportunidades e intercambio de conocimientos y experiencias entre las instituciones públicas, el sector productivo y las universidades, fortaleciendo el vínculo entre ellos para capitalizar los proyectos de investigación, desarrollo científico, tecnológico y de innovación, así como el rol de la comunidad académica en la transferencia de conocimientos.

En este sentido, la articulación de redes que faciliten el intercambio de información, la creación de modelos de desarrollo turístico, la producción y transferencia de conocimientos, establece las bases de colaboración e intercambio en un contexto

donde se configuran espacios regionales y temáticos, que se vinculan con investigaciones puntuales con finalidades de aplicación inmediata, así como con proyectos genéricos y de largo plazo.

Las líneas de acción para promover la integración del sector académico en la investigación turística y la transferencia de conocimientos de El Salvador son:

- Establecer alianzas entre instituciones públicas, sector productivo y las universidades salvadoreñas.
- Identificar canales de transferencia y flujo de conocimientos.
- Generar plataformas para la integración de redes de conocimiento.

6. POLÍTICA DE PLANIFICACIÓN TURÍSTICA

La planificación turística es el proceso mediante el cual se establecen los objetivos y metas del turismo y se definen las estrategias y acciones que deben seguirse para alcanzar la situación deseada.

En este sentido, la planificación permite orientar a los distintos actores que inciden en el desarrollo del turismo, promoviendo sinergias que aumenten la eficiencia y efectividad de los esfuerzos.

Durante los procesos de planificación, es importante tomar en cuenta elementos internos y externos que estén directa e indirectamente relacionados con el turismo, así como la visión de los distintos actores y expertos internos y externos en el tema, fomentando una visión integral y holística que promueva la innovación, para superar paradigmas y barreras definidas por la operación misma del sistema.

La incorporación de nuevos conceptos y tendencias a los instrumentos de

planificación, se realiza tomando en cuenta el contexto del país y de las regiones y localidades que se contemplan en cada instrumento para asegurar la congruencia entre las tendencias de desarrollo y las posibilidades reales de implementación, lo que permite diseñar estrategias y acciones específicas para cada situación y aumentar sus impactos positivos.

Las estrategias vinculadas con la política de planificación turística son:

Estrategias de planificación turística

A. Actualizar la Política Nacional de Turismo.

B. Actualizar el Plan Nacional de Turismo.

C. Formular el Plan Nacional de Promoción Turística.

D. Apoyar el diseño de planes y programas municipales, regionales y gremiales en el ámbito turístico.

A. ACTUALIZAR LA POLÍTICA NACIONAL DE TURISMO

La Política Nacional de Turismo es una propuesta que requiere establecer un proceso de mejora continua para adaptarse progresivamente a las nuevas condiciones del país y los mercados. En este sentido, la Ley General de Turismo establece la revisión y actualización de la Política cuando menos cada cinco años.

Este proceso tiene en cuenta que el ciclo de las políticas públicas inicia cuando, gobierno y sociedad, identifican un problema específico o una oportunidad que requiere la participación colectiva para su solución o impulso; lo que implica un proceso de concientización y consenso, en el que se

define la orientación de la política como medio para lograr la acción colectiva.

Una vez establecida la política, se definen los aspectos normativos que permitan sustentar legalmente las políticas a través de las instancias jurídicas correspondientes; se incorpora lo planteado en los proyectos y programas que traducen los lineamientos establecidos en conductas observables y acciones ejecutables en los que se asignan roles y responsabilidades de las distintas instituciones, organizaciones y actores participantes; se establecen los procedimientos, presupuestos, metas, tiempos y movimientos de los proyectos y programas en función de una tradición de

negociación, cooperación, decisión y consulta; se generan indicadores que permitan evaluar el cumplimiento de los planteamientos que dicta la política, y los impactos generados a partir de su implementación.

Para facilitar la actualización de la política, se implementan mecanismos de seguimiento, evaluación y retroalimentación, que permitan ajustarse a las condiciones del entorno y la mantengan vigente.

La actualización periódica de la Política Nacional de Turismo de la República de El Salvador, contempla el análisis de la evaluación de los resultados de las estrategias y líneas de acción formuladas, así como las tendencias internacionales en materia turística; y la observación

cuidadosa de las nuevas condiciones, retos y oportunidades que surjan en el país.

Las líneas de acción para actualizar la Política Nacional de Turismo de El Salvador son:

- Establecer indicadores y mecanismos de evaluación retroalimentar y ajustar la política periódicamente.
- Analizar las tendencias de gestión pública internacional, particularmente en el ámbito turístico.
- Analizar las tendencias del mercado turístico nacional e internacional, así como la situación actual de los destinos del país.
- Realizar consultas públicas para conocer las opiniones de los ciudadanos.
- Difundir las actualizaciones de la Política Nacional de Turismo.

B. ACTUALIZAR EL PLAN NACIONAL DE TURISMO

El Plan Nacional de Turismo será elaborado por el MITUR con el fin de ordenar las acciones del sector público y la utilización de los recursos públicos para el desarrollo del turismo en consulta con los actores públicos y privados interesados.

El PNT contendrá los objetivos y metas a ser alcanzadas durante su vigencia con el fin de promover:

La buena imagen de El Salvador y sus productos turísticos en el mercado nacional e internacional.

La llegada de turistas extranjeros, la extensión de su estadía y la movilidad de turistas en el mercado interno.

La incorporación de segmentos especiales del mercado interno, en especial las personas de la tercera edad, los jóvenes y las personas con discapacidad.

La definición de directrices y programas de apoyo al turismo de interés social.

La protección del medio ambiente, de la biodiversidad y del patrimonio cultural de interés turístico.

El estímulo al turismo responsable practicado en áreas naturales.

La definición de acciones para un desarrollo turístico sostenible.

La implementación de una cultura turística en la sociedad salvadoreña y todas las acciones que conlleven a lograr excelencia competitiva a través de la calidad en los servicios del sector turístico.

En este sentido, las líneas de acción para elaborar el Plan Nacional de Turismo de El Salvador son:

- Organizar los objetivos y estrategias en función de los lineamientos de la Política Nacional de Turismo
- Establecer indicadores y mecanismos de evaluación de las acciones y estrategias que permitan evaluar y ajustar el plan.
- Analizar las tendencias del mercado turístico nacional e internacional, así como la situación actual de los destinos del país.
- Realizar consultas públicas para conocer las opiniones de los ciudadanos.

C. FORMULAR EL PLAN NACIONAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

El Plan Nacional de Promoción Turística será elaborado por CORSATUR con el fin de ordenar las acciones mercadológicas del sector público y la utilización de los recursos públicos para la promoción del país y los destinos que lo conforman.

El Plan Nacional de Promoción Turística estará alineado con los planteamientos definidos en la Política Nacional de Turismo e incorporará los siguientes elementos:

Un sistema de uso de marcas turísticas que establezca lineamientos para la combinación de las marcas de los destinos con la marca país.

Una guía de mensajes, medios y formatos para comunicar eficientemente los valores de los destinos y los productos turísticos en los distintos momentos del viaje:

- a. Antes del viaje: incidir en la decisión de visitar los destinos, invitar acompañantes y tiempo de permanencia.
- b. Durante el viaje: aumentar el gasto y satisfacción de los visitantes

c. Después del viaje: aumentar la recomendación y repetición

Las líneas de acción para formular el Plan Nacional de Promoción Turística son:

- Establecer estrategias de mercadotecnia que combinen acciones de posicionamiento que generen deseo de compra, con resortes de presión que logren la venta.
- Desarrollar programas de lealtad que estimulen la repetición y recomendación de los destinos.
- Identificar áreas de oportunidad para establecer programas de relaciones públicas.
- Identificar los íconos representativos, nuevos descubrimientos, manifestaciones culturales, ferias, exposiciones, que fortalezcan el posicionamiento de los valores de diferenciación y la oferta de los destinos.
- Proponer mecanismos que articulen servicios turísticos acordes a las necesidades de la demanda y la dinámica de desarrollo del destino.

D. APOYAR EL DISEÑO DE PLANES Y PROGRAMAS MUNICIPALES, REGIONALES Y GREMIALES EN EL ÁMBITO TURÍSTICO

La Política Nacional de Turismo representa una guía para la realización de planes y programas en el ámbito turístico.

La alineación de planes específicos a nivel municipal, regional y gremial, permitirá que los actores respondan de manera coordinada y congruente, para fortalecer el desarrollo del turismo del país.

La difusión de la Política entre las organizaciones que apoyan la realización de planes y programas turísticos a lo largo un ancho del país, permitirá capitalizar los esfuerzos individuales, comunitarios y nacionales para el fortalecimiento turístico del país.

Las líneas de acción para apoyar el diseño de planes y programas municipales, regionales y gremiales son:

- Difundir la Política Nacional de Turismo entre las instancias que participan en la planeación turística en diferentes niveles.
- Recabar y ordenar los diferentes planes relacionados con el desarrollo del turismo.
- Identificar áreas de oportunidad para fortalecer la Política Nacional de Turismo a partir de las experiencias particulares de los diversos planes que se desarrollen.

7. POLÍTICA DE DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN PÚBLICA Y ESTRATÉGICA

En una democracia, los funcionarios públicos de todos los niveles, son mandatarios y el mandante es el pueblo, titular de la soberanía, principio y fin del Estado. En este contexto, se establece la Ley de Acceso a la Información Pública de la República de El Salvador, que expresa el derecho de acceso a la información pública, y manifiesta que toda persona tiene derecho a solicitar y recibir información generada, administrada o en poder de las instituciones públicas nacionales y locales; de manera oportuna y veraz, sin que se le pregunten para qué quiere la información. Adicionalmente, las instituciones están obligadas a publicar de forma inmediata y sin que ninguna persona lo solicite, información considerada como oficiosa.

Esta ley promueve el acceso a la información mediante procedimientos sencillos y rápidos, propicia la transparencia mediante la difusión de la información, impulsa la rendición de cuentas y promueve la participación ciudadana y el control en la

gestión de los recursos que realizan las instituciones del Estado.

Las diferentes instancias relacionadas con esta obligación, aprovechan el desarrollo de tecnologías de información para impulsar la rendición de cuentas y la transparencia en la gestión pública con más eficiencia y menores costos.

Las estrategias vinculadas con la política de difusión de información pública y estratégica son:

Estrategias de difusión de información pública y estratégica

- A. Divulgar la información oficiosa que establece la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.
- B. Crear un sistema de recopilación y difusión permanente del marco regulatorio que impacta a los actores del sector turístico.
- C. Difundir información estratégica de utilidad para el sector.

A. DIVULGAR LA INFORMACIÓN OFICIOSA QUE ESTABLECE LA LEY DE TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA

La difusión de información pública se realiza con base en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública que tiene como objetivo garantizar el derecho de acceso de toda persona a la información pública, a fin de contribuir con la transparencia de las actuaciones de las instituciones del Estado.

En este sentido, MITUR, CORSATUR e ISTU generan, ordenan y administran la información de manera que pueda ser consultada oportunamente por cualquier

persona interesada, y asegura que quien solicite información específica, pueda recibirla de forma oportuna a partir de los siguientes principios establecidos en la Ley:

Máxima publicidad

- Disponibilidad
- Prontitud
- Integridad
- Igualdad Sencillez
- Gratuidad
- Rendición de cuentas

La información será pública de forma completa y desglosada, de acuerdo con las características que se establecen en la Ley.

Las líneas de acción para dar seguimiento a la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública son:

- Generar, ordenar y administrar la información pública.
- Divulgar la información mediante procedimientos sencillos y expeditos.
- Responder de forma pronta y expedita a los requerimientos que realicen los actores interesados.

B. CREAR UN SISTEMA DE RECOPIACIÓN Y DIFUSIÓN PERMANENTE DEL MARCO REGULATORIO QUE IMPACTA A LOS ACTORES DEL SECTOR TURÍSTICO

Las personas y organizaciones que participan en la operación de la actividad turística en la República de El Salvador, están sujetas a cumplir una serie de leyes, reglamentos y decretos dictados por diversas autoridades competentes en el ámbito nacional y local. Este conjunto normativo complejo, repercute en el quehacer turístico, pues manda, prohíbe, e incentiva distintos comportamientos, procedimientos e interacciones.

La publicación ordenada de las leyes y reglamentos que le competen al sector turístico, facilita la operación armónica de la actividad, lo que implica una actualización permanente de los proyectos de ley, reglamentos, regulaciones y otras

disposiciones de carácter general que competan a los actores turísticos.

Las líneas de acción para crear de un sistema de recopilación y difusión permanente del marco regulatorio que impacta a los actores del sector turístico son:

- Realizar una recopilación actualizada de las leyes, decretos y demás regulaciones que incidan en la materia turística.
- Adoptar un sistema de ordenamiento, actualización y publicación, estandarizado y de fácil acceso, en el que los actores turísticos puedan consultar las leyes, reglamentos y decretos que les conciernen.
- Difundir el sistema y motivar su uso público entre los actores que participan en la actividad.

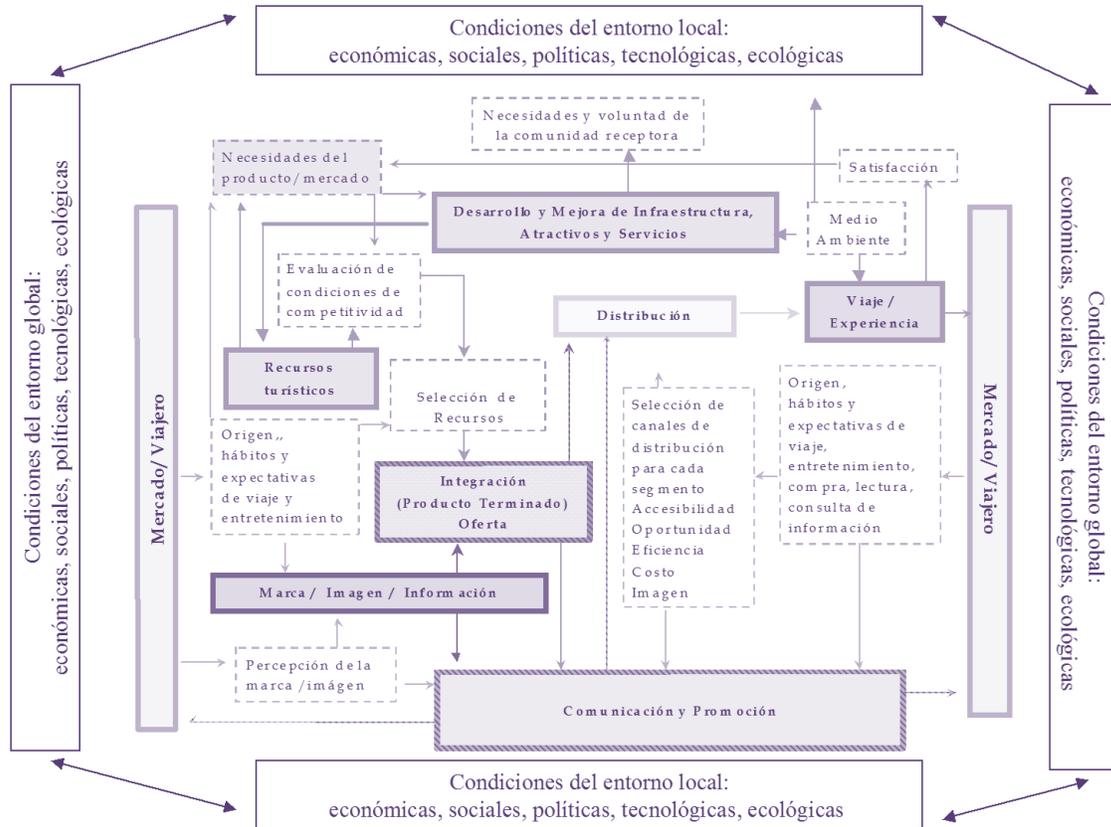
C. DIFUNDIR INFORMACIÓN ESTRATÉGICA DE UTILIDAD PARA EL SECTOR

Para aumentar los impactos positivos de la información estratégica del Observatorio Turístico de El Salvador, se establecen mecanismos de difusión en medios impresos y electrónicos de manera que esté disponible para los distintos actores interesados y puedan utilizarla para diseñar y ajustar sus estrategias y tomar decisiones pertinentes en función a los nuevos conocimientos, otorgándoles la posibilidad de adquirir ventajas competitivas para el desarrollo de sus actividades.

Las líneas de acción para difundir información estratégica

- Imprimir y distribuir boletines estadísticos del comportamiento turístico.
- Mejorar la plataforma y las herramientas de difusión en línea aprovechando las nuevas tecnologías.
- Utilizar las redes sociales para lograr un mayor alcance en los actores turísticos.

GESTIÓN DE CONOCIMIENTO



EJE III.

CULTURA TURÍSTICA INCLUYENTE Y RESPONSABLE

Nuevos paradigmas,
beneficios compartidos

EJE III. CULTURA TURÍSTICA INCLUYENTE Y RESPONSABLE

Actores comprometidos que comparten una forma de trabajar y un estilo de vida emprendedor, distributivo y responsable.

OBJETIVO GENERAL

Implantar una cultura turística que genere cambios positivos y significativos en las comunidades receptoras, promoviendo la inclusión social, la equidad y el cuidado del entorno.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Impulsar el fortalecimiento de los rituales y conceptos de anfitrionía afines a la cultura salvadoreña.

Promover la valoración, conservación y restauración del patrimonio natural y cultural del país.

Crear mecanismos para impulsar el desarrollo de habilidades, conocimientos y actitudes positivas, utilizando herramientas y tecnologías que promuevan la innovación y el bienestar común.

Promover la incorporación de grupos vulnerables en la actividad turística.

NUEVOS PARADIGMAS, BENEFICIOS COMPARTIDOS

El funcionamiento del sistema turístico, la distribución de los beneficios que genera la actividad, la calidad del entorno y la satisfacción de los turistas, están íntimamente relacionados con la actitud y la capacidad técnica de las comunidades receptoras, que están formadas por emprendedores y empresarios, prestadores de servicios públicos y turísticos, productores, y ciudadanos en general. Al tomar conciencia de que los colaboradores del sector no son sólo instrumentos y los turistas no son sólo consumidores, los encuentros y vínculos culturales y sociales que se generan en la experiencia del viaje, se convierten en un recuerdo significativo para ambos grupos.

CULTURA TURÍSTICA

Hablar de cultura turística en El Salvador, es hacer referencia a la participación de las personas en la búsqueda de mejores condiciones para hacer posible la actividad turística, dedicándole la atención necesaria para convertirla en una actividad prioritaria, sostenible, sustentable y competitiva.

En la República de El Salvador, la cultura turística está vinculada con el fomento al emprendedurismo, la calidad en el servicio, la inclusión social, el disfrute del patrimonio natural y cultural y la responsabilidad con el entorno, y se considera uno de los pilares para generar un sistema sostenible, con un sector empresarial sólido que potencie la economía local a partir de actividades que integren a las comunidades receptoras y distribuyan los beneficios del turismo, que cuiden la naturaleza e impulsen el desarrollo cultural, social y económico en sus regiones de influencia, generando clientes satisfechos que recomienden viajar a los destinos del país.

EL VALOR DE LAS PERSONAS

Para el Ministerio de Turismo y sus organizaciones adscritas, *las personas* son el principal activo, el principal valor y el principal motivo del desarrollo del turismo. Este reconocimiento no sólo queda plasmado en las manifestaciones filosóficas de las organizaciones, sino en la inversión concreta de recursos y esfuerzos para mantener bien informadas, motivadas y satisfechas a las personas que participan en la actividad. Paralelamente, la sociedad civil organizada, constituye un elemento activo y transformador que propicia la participación de la ciudadanía en las estrategias planeadas.

NUEVOS PARADIGMAS

El impulso a una nueva cultura turística, ha implicado un cambio de paradigmas relacionados con el desempeño del turismo, la educación y la participación ciudadana, para ampliar los conocimientos y transformar las actitudes de quienes participan en la actividad a través de experiencias profesionales, recreativas y didácticas con alto valor sistémico. En este sentido, los educadores, formadores y capacitadores, transforman su función como fuentes de información y didáctica, para convertirse en agentes capaces de proporcionar experiencias con alto valor holístico, utilizando diferentes medios de transferencia de conocimientos y comunicación a través de herramientas tecnológicas, técnicas y emocionales, que proporcionan a los participantes ventajas competitivas para el diseño de productos y servicios turísticos, que permiten la constante innovación para hacer frente a los retos del mercado y la sociedad de manera oportuna y eficaz.

La gestión del turismo en El Salvador toma en cuenta a todos los actores que se relacionan con la actividad y propone la integración de distintos puntos de vista para construir una visión de

desarrollo, que tenga en consideración las prioridades y necesidades de las personas y los grupos a los que pertenecen, tomando en cuenta a quienes inciden desde las instituciones gubernamentales, las grandes empresas, las MIPYMES, las poblaciones locales, los actores externos y a los grupos de mayor vulnerabilidad, buscando reducir las brechas de desigualdad entre distintos sectores de la sociedad.

IDENTIDAD SALVADOREÑA, LO QUE NOS IDENTIFICA

El debate de la identidad nacional salvadoreña resulta un tema polémico y complejo en el que convergen saberes, quehaceres y sentires que se vinculan con temas históricos, económicos, políticos, sociales, lingüísticos, religiosos, estéticos, filosóficos, científicos y tecnológicos; a partir de los cuales los salvadoreños abordan su realidad para comprenderla y plantear el futuro.

FRONTERA CULTURAL

La historia del país como frontera cultural y comercial entre los pueblos prehispánicos y posteriormente entre los predomios de la colonia, así como su papel fundamental en la Independencia de Centroamérica y sus estrategias de integración, siguen vigentes en la personalidad emprendedora, permeable y abierta de los salvadoreños. Los Acuerdos de Paz tras la pasada guerra civil, la migración a Estados Unidos, las urbanizaciones y la globalización en sus diferentes dimensiones, son factores que han contribuido a reforzar estos atributos en la actual forma de ser salvadoreña.

RURAL, URBANO Y MODERNO

La identidad de los salvadoreños del siglo XXI está inmersa en un contexto en que si bien el mundo rural y las tradiciones del pasado no han desaparecido, han perdido espacio territorial y cultural ante lo urbano y lo moderno; pero el carácter abierto, cordial y alegre de los salvadoreños se renueva en su contacto permanente con los visitantes que llegan al país buscando experiencias significativas.

En este terreno es importante observar que si por un lado se reconoce el temor de pérdida de las diferencias identitarias generada por la globalización, por el otro lado, se observa una aspiración tácita y generalizada hacia la integración, que se enmarca en la exploración de un mundo en el que se desvanecen las fronteras, se asimilan las culturas y se empatan las oportunidades, aprovechando lo mejor de los saberes universales para conformar una identidad mundial, lo que representa un contexto de oportunidad para valorar la apertura de la personalidad salvadoreña.

DIVERSIDAD CULTURAL

Las condiciones de los diversos grupos que conforman la sociedad salvadoreña tienen atribuciones específicas y diferenciadas, particularmente en los lugares con mayor presencia indígena como las zonas de los Izalcos y los Nonualcos, las poblaciones de Sonsonate, Santiago Texacuangos, Cacaopera o Chalchuapa y en los alrededores de San Salvador, Panchimalco. En éstos territorios, se percibe el crecimiento de una economía cultural que genera ingresos e identificación particulares.

Las fiestas patronales, que se realizan en todos los municipios del país, congregan a los salvadoreños en un ambiente festivo, alrededor del cual las comunidades se organizan para realizar una serie de actividades culturales que resaltan el espíritu alegre e integrador de los salvadoreños, en las que se hace evidente la herencia de la herencia cultural y la modernidad.

En las zonas urbanas, es evidente la influencia de la cultura global, en donde se observan manifestaciones culturales relacionadas con la cultura contemporánea, como la música, la danza, la gastronomía. Los hermanos lejanos influyen en la conformación urbana y rural, así como las

tendencias culturales a partir de sus experiencias y relaciones con otras formas de percibir la realidad.

GASTRONOMÍA

Por su parte, la gastronomía salvadoreña, representada por las pupusas hechas a mano, no sólo se consideran alimento, sino uno de los elementos más representativos de la cultura popular salvadoreña que incluso trasciende a las fronteras del país, pues incluso los salvadoreños en el exterior preparan y comparten las pupusas como forma de vincularse con su país de origen. Las *pupuserías*, son punto de reunión y convivencia, pues es un platillo accesible para todos, y los visitantes extranjeros que llegan al país viven la experiencia gastronómica en cada esquina. Las pupusas y su forma de consumo ponen de manifiesto un carácter práctico y sencillo, que nuevamente se asocia con la apertura y la familiaridad de los salvadoreños.

ANFITRIONÍA

Hay rituales de encuentro que son comunes a todos los salvadoreños, que se observan en el espíritu de añoranza hacia la familia y amigos que han cambiado de lugar de residencia por diversos motivos y regresan al terruño como visitantes. Esta añoranza se transfiere hacia los nuevos amigos-visitantes-turistas, a quienes los salvadoreños acogen como suyos, lo que genera una sensación de familiaridad y reencuentro.

APERTURA, FAMILIARIDAD Y DINAMISMO

Las condiciones de la historia y el presente salvadoreños, así como su vínculo con el mundo y su visión de futuro, sustentan los atributos más representativos de la personalidad salvadoreña, que definen el enfoque de relación entre las comunidades receptoras y los visitantes: apertura, familiaridad y dinamismo.

Apertura



La movilidad internacional de los salvadoreños, la adaptación hacia las modas globales y la modernidad, facilitan la aceptación y convivencia con personas y otras ideas y realidades, de otras regiones y otros países.

Familiaridad



La cordialidad de los salvadoreños va más allá del gesto amable, se vive y se percibe como una forma de interacción familiar, de aceptación e integración para y con el mundo. La familiaridad salvadoreña se relaciona también con la apertura que es reconocida internamente por los salvadoreños y es validada por quienes con ellos interactúan.

Dinamismo



Los salvadoreños son reconocidos como personas trabajadoras y entusiastas, con una ligera tendencia al riesgo. Estas características, impulsan a los salvadoreños hacia una búsqueda permanente de oportunidades y una dinámica de progreso en constante evolución.

POLÍTICAS DE CULTURA TURÍSTICA INCLUYENTE Y RESPONSABLE

8. POLÍTICA DE FOMENTO A VIVENCIAS Y ENCUENTROS SIGNIFICATIVOS ENTRE ANFITRIONES Y VISITANTES

ESTRATEGIAS

- A. Difundir la importancia del turismo y sus contribuciones para el desarrollo nacional.
- B. Reforzar el sentido de anfitrionía de los salvadoreños.
- C. Promover una cultura turística entre niños y jóvenes.
- D. Promover una cultura de buen viajero entre los salvadoreños y visitantes.

ACTORES

Secretaría de Inclusión Social, Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Instituto Salvadoreño de Turismo, Ministerio de Economía, Ministerio de Educación, Ministerio de Gobernación, Ministerio de Trabajo y Bienestar Social, Secretaría de Cultura, Fondo de Desarrollo Productivo, Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, Instituto Nacional de la Juventud, Gobiernos Municipales, Sistema de Integración Turística Centroamericana, Cámara Salvadoreña de Turismo, gremiales del sector turismo, Buró de Visitantes y Convenciones, Comités de Desarrollo Turístico, universidades y organizaciones de la sociedad civil, empresas.

9. POLÍTICA DE DISFRUTE RESPONSABLE DEL PATRIMONIO NATURAL Y CULTURAL

ESTRATEGIAS

- A. Promover el conocimiento y valoración del patrimonio cultural y natural de los destinos.
- B. Fortalecer el manejo turístico en las áreas naturales.
- C. Fortalecer el manejo turístico de los centros históricos, los museos y las zonas arqueológicas.

ACTORES

Secretaría de Inclusión Social, Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Instituto Salvadoreño de Turismo, Secretaría de Cultura, Ministerio de Gobernación, Ministerio de Educación, Ministerio de Trabajo y Bienestar Social, Ministerio del Medio Ambiente y Recursos Naturales, Ministerio de Economía, Fondo de Desarrollo Productivo, Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, Sistema de Integración Turística Centroamericana, Gobiernos Municipales, Cámara Salvadoreña de Turismo, gremiales, Buró de Visitantes y Convenciones, Mesa Nacional de Turismo Rural Comunitario, Comités de Desarrollo Turístico, universidades y organizaciones de la sociedad civil, empresas.

10. POLÍTICA DE INCLUSIÓN SOCIAL

ESTRATEGIAS

- A. Fortalecer las asociaciones, fundaciones y organizaciones sin fines de lucro que inciden en la actividad turística.
- B. Promover la equidad de género.
- C. Incorporar a la población indígena a la actividad turística.
- D. Incorporar a los jóvenes a la actividad turística.
- E. Incorporar personas de la tercera edad a la actividad turística.
- F. Incorporar a personas con discapacidad a las cadenas productivas del turismo.
- G. Incorporar productivamente a la población en situación de pobreza a través de la actividad turística.

ACTORES

Secretaría de Inclusión Social, Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Instituto Salvadoreño de Turismo, Ministerio de Gobernación, Instituto Salvadoreño de Desarrollo Municipal, Instituto Salvadoreño para el Desarrollo de la Mujer, Secretaría de Cultura, Instituto Nacional de la Juventud, Cámara Salvadoreña de Turismo, gremiales, Buró de Visitantes y Convenciones, Mesa Nacional de Turismo Rural Comunitario, Comités de Desarrollo Turístico, universidades, organizaciones de la sociedad civil, empresas, comunidades receptoras.

8. POLÍTICA DE FOMENTO A VIVENCIAS Y ENCUENTROS SIGNIFICATIVOS ENTRE ANFITRIONES Y VISITANTES

El concepto de anfitrionía se refiere a la actitud de las comunidades receptoras frente a sus visitantes, y concibe a los anfitriones como elementos centrales que impulsan el carácter de los destinos, pues en su actuar crean y modifican su entorno, afectando las condiciones del patrimonio local y la realidad de las demás personas que conviven en su localidad un tiempo y espacio determinados.

El sentido de anfitrionía de los salvadoreños se fortalece cuando las formas de interacción que se establecen entre los visitantes y los anfitriones son consecuentes con sus valores naturales, sociales y culturales, y la actividad turística puede ser disfrutada tanto por los locales como por los visitantes, de manera que para ambos grupos merezca la pena compartir experiencias.

Cuando la anfitrionía se traduce en reglas claras, se facilita e incentiva la conformación de una arquitectura social más sólida, que impulsa el desarrollo urbano y la creación de posibilidades de inclusión de quienes

residen en los destinos. Estas reglas se traducen en beneficios para los turistas y los anfitriones, de manera que tanto los beneficios funcionales del destino, que apela al razonamiento lógico, como los emotivos que se traduce en sentimientos, y los auto-expresivos que reflejan las características identitarias de los grupos que interactúan en la actividad turística son compartidos por ambos grupos.

Estrategias fomento a vivencias y encuentros significativos entre anfitriones y visitantes

- A. Difundir la importancia del turismo y sus contribuciones para el desarrollo nacional.
- B. Reforzar el sentido de anfitrionía de los salvadoreños.
- C. Promover una cultura turística entre niños y jóvenes.
- D. Promover una cultura de buen viajero entre los salvadoreños y visitantes.

A. DIFUNDIR LA IMPORTANCIA DEL TURISMO Y SUS CONTRIBUCIONES PARA EL DESARROLLO NACIONAL

La comprensión de la importancia del turismo tanto por parte de los actores turísticos como por aquellos que se relacionan con otros sectores económicos, los Gobiernos Municipales, las organizaciones no gubernamentales y las agencias de cooperación, favorece la inversión pública y privada, impulsa el desarrollo de la actividad a nivel nacional y asegura la participación de la sociedad salvadoreña en la creación de experiencias de alto valor turístico.

Las líneas de acción para difundir la importancia del turismo y sus contribuciones para el desarrollo nacional son:

- Fortalecer y difundir los resultados de la cuenta satélite.
- Generar y difundir información los beneficios del turismo en la economía, la educación, la identidad y el medio ambiente, específicos para los distintos grupos de interés en las comunidades locales.

B. REFORZAR EL SENTIDO DE ANFITRIONÍA DE LOS SALVADOREÑOS

El estilo natural de anfitrión de los salvadoreños a partir de la apertura, familiaridad y que les es natural, facilita la aceptación y convivencia con personas con otras ideas y realidades, de otras regiones y otros países. Estos tres atributos, son la base de la relación que establecen el encuentro entre las comunidades salvadoreñas y los visitantes.

La comprensión pública de los rituales de encuentro que les son comunes a todos los salvadoreños, vinculada con la fórmula de recepción hacia la familia y amigos que regresan al terruño como visitantes, permitirá que se transfiera de forma consiente hacia los nuevos amigos-visitantes-turistas, para capitalizar y fortalecer la sensación de familiaridad y reencuentro característica en los vínculos que se establecen con el pueblo salvadoreño.

Por otra parte, difundir los beneficios tangibles e intangibles que aporta la actividad turística en términos económicos, de aprendizaje y emocionales, entre otros

que resultan de las interacciones durante la experiencia, impulsará a los anfitriones a profesionalizarse en sus diversos ámbitos productivos, para lo cual se proporcionarán herramientas técnicas y metodologías puntuales, así como información relevante y suficiente sobre sus destinos, para mejorar la calidad de la experiencia de los visitantes.

Las líneas de acción para reforzar el sentido de anfitrión de los salvadoreños son:

- Profundizar en el análisis de la cultura de anfitrión salvadoreña y difundirla entre las comunidades receptoras y los visitantes.
- Diseñar manuales, guías y material audiovisual que promuevan la cultura de anfitrión salvadoreña.
- Asistir y capacitar a los anfitriones en buenas prácticas para la atención al cliente de acuerdo con sus ámbitos de actuación específicos como hotelería, gastronomía, guías turísticos, policía, migración, transporte.

C. PROMOVER UNA CULTURA TURÍSTICA ENTRE NIÑOS Y JÓVENES

Las nuevas generaciones constituyen el futuro del país y serán quienes continúen los esfuerzos para desarrollar y promover la actividad turística en El Salvador. Por otro lado, su influencia en la toma de decisiones de los adultos, se vuelve cada día más relevante en función de las nuevas tendencias de educación y reconocimiento de su potencial creativo en la sociedad salvadoreña. Ambas consideraciones refrendan la importancia de invertir esfuerzos y recursos en la promoción de la cultura turística entre niños y jóvenes.

En las etapas más tempranas, la cultura turística se orienta al conocimiento general de los atributos de la actividad, la importancia de su participación en el cuidado, conservación y restauración del

entorno y el interés por conocer los recursos de su comunidad, su región y su país, a través materiales lúdicos de alto impacto emocional.

Para los jóvenes adolescentes, que se incorporarán en el futuro próximo a la actividad productiva, se hace necesario iniciarlos en términos de una cultura turística que enfatice el carácter emprendedor, incluyente y responsable de su participación en la actividad, y ofrecerles un panorama respecto al del tipo de empresas y proyectos en que pueden involucrarse de acuerdo con sus intereses y la vocación turística de su destino y su región, así como proporcionarles instrumentos que les permitan identificar oportunidades de innovación y superación,

y motivarlos para desarrollar actividades que impacten de manera positiva la economía, la sociedad y el medio ambiente de sus localidades.

Las líneas de acción para promover una cultura turística entre niños y jóvenes son:

- Aprovechar la inclusión de temas relacionados con cultura turística en los textos oficiales de educación primaria diseñados por el Ministerio de Educación.
- Promover el diseño y distribución de cartillas turísticas locales como una herramienta para profundizar en los temas turísticos prioritarios de las distintas regiones del país.

- Promover la realización de viajes de sensibilización patrimonial y turística para niños en el conocimiento de sus lugares y alrededores.
- Diseñar y promover concursos y brigadas de cultura turística infantil y juvenil en las escuelas públicas y privadas.
- Promover la realización de foros de cultura emprendedora, incluyente y responsable en escuelas y universidades.
- Desarrollar grupos de reflexión y talleres relacionados con la importancia del turismo y los principios de la cultura turística de El Salvador entre padres y maestro.

D. PROMOVER UNA CULTURA DE BUEN VIAJERO ENTRE LOS SALVADOREÑOS Y VISITANTES

El comportamiento de los visitantes en los destinos, tiene impactos positivos o negativos en el carácter y personalidad de los destinos, en la conservación o deterioro del entorno y en la calidad de vida de las comunidades receptoras.

La cultura turística en El Salvador se concibe en dos vías: promover una cultura de anfitriones y promover una cultura de buen viajero, motivando a ambos grupos a establecer una relación respetuosa de manera que la experiencia turística incida tanto en su satisfacción, como en su comportamiento durante la estadía, para asegurar que sus impactos positivos en la comunidad se maximicen, y sus impactos negativos se minimicen.

Cada comunidad deberá establecer sus reglas de protocolo, cortesía y comportamiento para los viajeros, y comunicarlas con oportunidad y de manera cordial, para asegurar relaciones basadas en

el entendimiento mutuo, que fomenten el aprendizaje, el cuidado del entorno y la generación de experiencias significativas de otros turistas y de las comunidades receptoras.

Las líneas de acción para promover una cultura de buen viajero entre los salvadoreños y visitantes son:

- Establecer y difundir las reglas de cortesía, protocolo y comportamiento de los destinos entre los visitantes.
- Generar una guía del buen viajero que se difunda a través de los distintos canales de comunicación de las instituciones y organizaciones que inciden en la actividad.
- Promover entre los viajeros actitudes y comportamientos relacionados con la adopción de buenas prácticas ambientales.

9. POLÍTICA DE DISFRUTE RESPONSABLE DEL PATRIMONIO NATURAL Y CULTURAL

Partiendo de las premisas de que los ciudadanos salvadoreños tienen derecho a disfrutar del patrimonio natural y cultural del país, y que las nuevas tendencias de turismo alternativo y cultural consideran las áreas naturales, zonas arqueológicas y su manejo sustentable como elementos de alto valor turístico, el aprovechamiento de estos sitios de manera responsable a través del desarrollo de actividades que promuevan su conservación y restauración, resulta fundamental para asegurar su sostenibilidad y viabilidad turística.

La diversidad ambiental de las áreas naturales de El Salvador generada por sus distintas zonas geo-climáticas, y la posibilidad de acceder a distintos ecosistemas en poco tiempo gracias a las cortas distancias y a la infraestructura del país, así como el posicionamiento de la cultura maya y sus vestigios arqueológicos, representan elementos de diferenciación del país.

El desarrollo de la actividad turística en estos sitios presenta una paradoja, pues al mismo tiempo que genera beneficios económicos que pueden ser utilizados para promover su conservación y restauración, también puede generar impactos de desgaste a los ecosistemas y áreas arqueológicas, por lo que es necesario establecer estrategias que fortalezcan el manejo turístico y promuevan prácticas sustentables para asegurar su sostenibilidad.

Estrategias de disfrute responsable del patrimonio natural y cultural

- A. Promover el conocimiento y valoración del patrimonio cultural y natural de los destinos.
- B. Fortalecer el manejo turístico en las áreas naturales.
- C. Fortalecer el manejo turístico de los centros históricos, los museos y las zonas arqueológicas.

A. PROMOVER EL CONOCIMIENTO Y VALORACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL DE LOS DESTINOS

Para El Salvador, la manera más sostenible de desarrollar un territorio local es aprovechar los recursos naturales y culturales propios, al atraer turistas y visitantes que contribuyan al sostenimiento de la economía local, fomentando su disfrute y conocimiento entre las comunidades locales, que en muchas ocasiones desconocen su potencial, lo que genera poca valorización de los mismos y conlleva a la pérdida o deterioro cultural debido a un aprovechamiento irresponsable.

Promover el conocimiento y disfrute del patrimonio local entre las comunidades salvadoreñas, es un factor que incide directamente en su calidad de vida y consecuentemente, en su compromiso por participar en el cuidado, protección y revitalización del entorno. Aunado a lo anterior, es evidente que para poder generar actividades satisfactorias y significativas para los visitantes, es necesario que los oferentes, establezcan una comunicación con su entorno, lo cual sólo es

posible a partir de la comprensión vivencial del territorio y sus recursos.

Las líneas de acción para promover el conocimiento y valoración del patrimonio cultural y natural de los destinos son:

- Incorporar actividades turísticas a los procesos de sensibilización y promoción de la cultura turística en las comunidades receptoras.
 - Promover viajes de familiarización de la población local para motivarlos a conocer su patrimonio cultural y natural.
 - Distribuir mapas y guías turísticas impresas entre las poblaciones locales para aumentar su conocimiento sobre el país y sus regiones de influencia.
- Promover la creación de ofertas turísticas regionales y nacionales accesibles y adecuadas para los distintos grupos que conforman las comunidades receptoras.
 - Realizar exposiciones y disertaciones sobre la historia, la cultura, la flora, la fauna y los ecosistemas regionales, para incrementar la información de que disponen los habitantes sobre su entorno.

B. FORTALECER EL MANEJO TURÍSTICO EN LAS ÁREAS NATURALES

La creciente visitación turístico-recreativa a las áreas naturales, es analizada en diversos foros por organismos internacionales y nacionales y ha sido reconocida en diversas convenciones y declaraciones como una oportunidad para el desarrollo sustentable. Sin embargo las actividades puede amenazar al patrimonio natural y al cultural, y provocar impactos negativos en el contexto natural, social e incluso económico cuando la infraestructura y los proyectos turísticos no están debidamente planificados, o cuando las visitas no están reguladas y programadas de forma adecuada.

El Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas de El Salvador, constituye un elemento central de la estrategia nacional para la conservación y uso sostenible de la biodiversidad, y plantea un nuevo modelo de gestión que permita, además de conservar adecuadamente los ecosistemas más representativos terrestres, dulceacuícolas, costero marinos, las especies y recursos genéticos prioritarios, garantizar la provisión permanente de servicios ecosistémicos, impulsando la integración plena de las Áreas Protegidas en

los esquemas de gestión local y regional, evitando una gestión aislada y particular. El Ministerio de Turismo, en conjunto con el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales promueve la valorización social de los ecosistemas en los territorios, a fin de internalizar los beneficios derivados de los servicios ambientales y que se reconozca la contribución a la calidad de vida de las comunidades locales y la sociedad salvadoreña.

La operación responsable y rentable de actividades turísticas en las áreas naturales, implica el diseño de equipamientos y actividades de entretenimiento, aprendizaje y comunicación con la naturaleza, que propician el disfrute responsable por parte de visitantes y comunidades locales. Así como la generación suficiente de recursos que permitan reinvertir en la conservación y restauración de los ecosistemas locales.

Las áreas naturales de El Salvador, tanto las protegidas como las que no cuentan con este estatus, pueden funcionar turísticamente como destinos de pernocta, como sitios de excursión o como complemento de circuitos y rutas turísticas. En todos los casos, es

necesario tomar en cuenta las políticas y estrategias de manejo y gestión planteadas por el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, que en el ámbito turístico ponen énfasis en la capacidad de carga de los espacios que van a utilizarse, así como el desarrollo de reglamentos claros y de fácil interpretación para orientar las actividades humanas y evitar causar impactos negativos a partir del desarrollo de la actividad turística, cuyo impulso mejorará la experiencia de los visitantes que buscan un encuentro cercano con la naturaleza, que puede ser estropeado por gente revoltosa o numerosa que arruine el atractivo principal para la visita de este tipo de sitios.

La vocación de cada espacio natural, delimita el tipo de actividades que ha de promoverse en las áreas seleccionadas que permiten distintos niveles de acceso y diferentes actividades para los visitantes de manera que se minimice el impacto ecológico.

La capacitación de guías especializados en interpretación, conservación y restauración de la naturaleza y la señalización en los senderos, áreas de disfrute y áreas restringidas para la conservación y restauración, ayudan a generar una experiencia turística más completa al mismo tiempo que se minimizan los impactos de la actividad.

El hospedaje en los sitios naturales, también denominado alojamiento verde, debe incorporar elementos de diseño sustentable y mejores prácticas ambientales en su construcción y operación.

C. FORTALECER EL MANEJO TURÍSTICO DE LOS CENTROS HISTÓRICOS, LOS MUSEOS Y LAS ZONAS ARQUEOLÓGICAS

Los diversos museos y edificios históricos, que se encuentran ubicados principalmente en los centros históricos de los centros urbanos y localidades tradicionales desarrolladas, constituyen una ventana de

Las líneas de acción para fortalecer el manejo turístico en las áreas naturales son:

- Impulsar el cumplimiento de las leyes, reglamentos y políticas de uso y cuidado del medio ambiente que promueve el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales.
- Fortalecer y difundir reglamentos para la actividad turística en áreas naturales.
- Promover la instalación de señalamientos de acceso y reglamentos en las áreas naturales protegidas.
- Capacitar guías locales para la interpretación, conservación y restauración de las áreas naturales.
- Desarrollar programas de sensibilización al visitante y promover el respeto, conservación y restauración de las áreas naturales.
- Desarrollar programas de manejo turístico sustentable de las áreas naturales
- Promover la integración de las áreas naturales a los circuitos turísticos regionales.
- Promover la creación de reservas privadas que contemplen el aprovechamiento turístico y favorezcan la creación de corredores ecológicos.
- Promover el desarrollo de productos turísticos especializados, que generen impactos positivos en las áreas naturales.
- Impulsar proyectos de alojamiento verde (casas rurales, campamentos, cabañas).

encuentro con el patrimonio cultural salvadoreño, por lo que representan zonas de prioridad turística nacional y su gestión permite conocer las manifestaciones

culturales tangibles e intangibles patrimonio de la nación.

En El Salvador existen alrededor de mil vestigios arqueológicos relacionados con las culturas mayas, nahuas y lencas, la mayoría de los cuales no han sido excavados e investigados. En los últimos años la Secretaría de Cultura de la Presidencia a través de la Dirección Nacional de Patrimonio Cultural, con el apoyo de organizaciones nacionales como la Fundación Nacional de Arqueología de El Salvador (FUNDAR) y diversas organizaciones internacionales, ha reiniciado las excavaciones arqueológicas, así como el registro de zonas arqueológicas que realiza en todo el país. La difusión de nuevos descubrimientos arqueológicos, representa una importante oportunidad para dar a conocer la historia antigua del país, y posicionar la importancia del patrimonio arqueológico entre la población salvadoreña y la comunidad internacional.

El Museo Nacional de Antropología Dr. David J. Guzmán, ubicado en San Salvador, es un importante espacio para el acercamiento y reflexión sobre la historia antigua del país, donde se llevan a cabo exposiciones, investigaciones, publicaciones y programas didácticos, que funcionan como complemento a la visita de los turistas que visitan el país por diversos motivos, y punto de partida para los segmentos especializados que buscan profundizar en la arqueología salvadoreña.

La competencia en el ámbito arqueológico en la región centroamericana y Mundo Maya hace necesario identificar elementos que permitan diferenciar las zonas arqueológicas de El Salvador.

A nivel internacional, Joya de Cerén es el sitio salvadoreño con mayor posicionamiento, pues cuenta con nombramiento como patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, pues ahí se encontraron restos de una aldea que fue sepultada por ceniza volcánica, producto de la erupción del volcán Loma Caldera, que

testifican la vida cotidiana de los mayas antiguos, lo que le da un valor de singularidad en el mundo entero.

El desarrollo, interpretación y puesta en valor turístico de las zonas arqueológicas, de El Salvador, se orienta a la vida cotidiana de los mayas, con énfasis en sus vivencias y encuentros con otras culturas, diferenciándose de los enfoques basados en las construcciones monumentales y los grandes imperios hacia donde se orientan la mayoría de las zonas arqueológicas de la región.

Para el mercado internacional, la visita a las zonas arqueológicas y museos se realiza principalmente por turistas de larga estadía o segmentos especializados, particularmente aquellos relacionados con antropología arqueológica, la sociología o principalmente interesados en la cultura, mientras que para el mercado nacional, la visita a las zonas arqueológicas, está altamente relacionado con viajes educativos, aunque los flujos turísticos recreacionales pueden ser aprovechados e incrementados a partir de su integración con los destinos turísticos de las cercanías, los cuales deben fortalecer su oferta para proveer experiencias significativas y de calidad a los visitantes.

Las líneas de acción para fortalecer el manejo turístico en las zonas arqueológicas son:

- Fortalecer y difundir reglamentos para la actividad turística en los centros históricos, los museos y las zonas arqueológicas.
- Promover la instalación de señalamientos de acceso y reglamentos en los centros históricos, los museos y las zonas arqueológicas.
- Actualizar a los guías locales para la interpretación, conservación del patrimonio cultural salvadoreño.

- Desarrollar programas de sensibilización al visitante y promover el respeto, conservación y restauración de las zonas arqueológicas.
- Promover la integración de los centros históricos, los museos y las zonas arqueológicas a los circuitos turísticos regionales.
- Promover el desarrollo de productos turísticos culturales en los centros complementarios cercanos a las zonas arqueológicas y los centros históricos.
- Impulsar proyectos de alojamiento rural cercanos a las zonas arqueológicas.
- Establecer convenios de cooperación con organismos nacionales e internacionales para llevar a cabo proyectos de investigación, protección, restauración y difusión del patrimonio cultural del país.

10. POLÍTICA DE INCLUSIÓN SOCIAL

El turismo es un espacio de encuentro social y económico distinguido por ofrecer oportunidades recursos para fortalecer el nivel de vida y bienestar de la sociedad salvadoreña, así como ofrecer respuestas a las demandas sociales de individuos, grupos o comunidades vulnerables y comenzar procesos para atender las personas que están en riesgo de pobreza y exclusión social.

En este sentido, es necesario considerar la inclusión social para abordar individuos, grupos o comunidades que se encuentran en desventaja- ya sea por género, edad, etnicidad, ubicación, situación o incapacidad económica, educativa, entre otras- sentando las bases para reducir las brechas de desigualdad entre sectores de la sociedad diferenciados por la marginalización y exclusión.

En este sentido, las estrategias y acciones planteadas en esta estrategia, contemplan la inclusión de los grupos vulnerables a la actividad productiva del turismo, así como el desarrollo de oportunidades para que los diversos grupos tengan la posibilidad de disfrutar del turismo por medio del Instituto Salvadoreño de Turismo y de las oportunidades que se desarrollan a partir de las operaciones que realiza, así como el

desarrollo de nuevas oportunidades de involucramiento y de inclusión.

Con este objeto, se promoverán acciones, programas e instrumentos en la industria turística para la incorporación de las mujeres, los jóvenes, las personas con discapacidad, los indígenas, la población en situación en pobreza y grupos vulnerables, tendientes a fomentar interacciones basadas en la igualdad.

Estrategias de inclusión social

- A. Fortalecer las asociaciones, fundaciones y organizaciones sin fines de lucro, que inciden en la actividad turística.
- B. Promover la equidad de género.
- C. Incorporar a la población indígena a la actividad turística.
- D. Incorporar a los jóvenes a la actividad turística.
- E. Incorporar personas de la tercera edad a la actividad turística.
- F. Incorporar a personas con discapacidad a las cadenas productivas del turismo.
- G. Incorporar productivamente a la población en situación de pobreza a través de la actividad turística.

A. FORTALECER LAS ASOCIACIONES, FUNDACIONES Y ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO, QUE INCIDEN EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.

La incidencia de asociaciones, fundaciones y organizaciones sin fines de lucro, también llamadas organizaciones no gubernamentales u ONGs, que operan a nivel local, nacional, regional, internacional o global; demuestra la tendencia de un mayor empoderamiento de la sociedad en la agenda pública.

Las actividades de diversas organizaciones contemplan diferentes ámbitos de influencia en función de distintos propósitos y objetivos, como el diseño urbano, la procuración de fondos e implementación de proyectos dirigidos al desarrollo de capacidades de las poblaciones locales, la integración social, el cuidado del medio ambiente y los derechos humanos. Fortalecen el desarrollo turístico de los destinos, así como cumplen una labor de interlocución importante entre las comunidades receptoras, los empresarios y los gobiernos nacionales y locales; lo que representa una oportunidad que fortalece el liderazgo incluyente y participativo. La articulación de las organizaciones nacionales con homólogas internacionales, que comparten sus objetivos, y con organismos de cooperación que puedan

asesorar y brindar financiamiento para la implementación de proyectos, ayudará a potenciar los impactos positivos que estos tienen en sus ámbitos de influencia.

Las líneas de acción para fortalecer las asociaciones, fundaciones y organizaciones sin fines de lucro, que inciden en la actividad turística son:

- Promover la alineación de las organizaciones que inciden en el turismo con los planteamientos de la Política Nacional de Turismo.
- Proporcionar asesoría técnica y financiera a las organizaciones nacionales y locales que buscan apoyar el desarrollo armónico del turismo.
- Promover la vinculación de las asociaciones nacionales y locales con organizaciones internacionales y agencias de cooperación.
- Fomentar la participación de las organizaciones no gubernamentales en el diseño e implementación de las estrategias de equidad e inclusión social y diseño ambiental.
- Promover la colaboración de la sociedad civil organizada.

B. PROMOVER LA EQUIDAD DE GÉNERO.

La igualdad de género es una condición indispensable para el logro de una sociedad democrática, y las actividades turísticas es uno de los ámbitos económicos con mayor equidad de género y por ende, con mayor oportunidad de impulsarla hacia otras áreas de la sociedad salvadoreña.

En este sentido, desde una perspectiva de prevención, se buscará desarrollar acciones con perspectiva de género mediante la igualdad de derechos, oportunidades y

remuneraciones en rubros tales como el impulso al emprendedurismo y a las empresas en general, consolidando así iniciativas turísticas más incluyentes y responsables con la sociedad.

Las líneas de acción para promover la equidad de género son:

- Promover los programas de incentivos nacionales para la incorporación de la mujer.

- Desarrollar programas de capacitación para la mujer trabajadora y emprendedora en el sector turístico.
- Promover la realización de foros y talleres regionales y locales de promoción de la equidad de género.
- Apoyar proyectos productivos de mujeres emprendedoras.

C. INCORPORAR A LA POBLACIÓN INDÍGENA A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.

Los lugares con mayor presencia indígena en El Salvador, se encuentran en las zonas de los Izalcos y los Nonualcos, las poblaciones de Sonsonate, Santiago Texacuangos, Cacaopera o Chalchuapa y en los alrededores de San Salvador, Panchimalco. En éstos territorios, se percibe el crecimiento de una economía cultural que genera ingresos e identificación particulares.

En términos turísticos, la competitividad se nutre de la multiculturalidad y diversidad, por lo que fomentar el desarrollo con identidad de los pueblos indígenas, apoyando y sosteniendo las expresiones, valores y tradiciones culturales, ofreciendo oportunidades económicas como medios de subsistencia sostenibles, que impliquen acceso a mercados y a recursos financieros y fuentes estables de generación de ingreso, es a la vez una responsabilidad y una oportunidad que implica el respeto a los

modos de vida, costumbres y tradiciones, y fomentando el orgullo local al promoverlas como estilos diferenciadores y respetables ante las comunidades nacionales e internacionales.

Las líneas de acción para incorporar a la población indígena a la actividad turística son:

- Promover los programas de incentivos nacionales para la incorporación de la población indígena.
- Promover la realización de foros y talleres regionales y locales sobre los valores y costumbres indígenas.
- Apoyar a proyectos productivos que incorporen productos desarrollados por la población indígena.
- Desarrollar talleres de sensibilización sobre la importancia de incluir a la población indígena a la actividad turística.

D. INCORPORAR A LOS JÓVENES A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.

La vocación turística emprendedora, incluyente y responsable de la actividad turística en El Salvador, con sus implicaciones en cuanto a la conciencia ambiental son resultado de largos esfuerzos durante todas las fases de desarrollo del ser humano. De manera significativa, los libros de educación pública desde nivel primaria han incorporado conceptos relacionados con el turismo y la conciencia ambiental, lo cual es una gran inversión para el desarrollo de conocimiento y actitudes adecuadas acordes a las necesidades de la actividad turística de la República de El Salvador.

Este esfuerzo debe continuar, llevando los conocimientos a su aplicación en la realidad turística, reconociendo que la experticia no es únicamente resultado de los libros de texto pero también de la experiencia, es decir, de la necesidad de los jóvenes de aprender en la práctica. Esto es de conveniencia tanto para los jóvenes, quienes han demostrado un interés sustancial en la actividad turística, como para las empresas turísticas que requieren recursos humanos preparados para los retos que el Siglo XXI interpone a la industria turística.

En este sentido, el Estado salvadoreño debe canalizar el interés de los jóvenes en el desarrollo del turismo del país y ímpetu para crear nuevos proyectos innovadores y productivos a oportunidades como esquemas de involucramiento y empleo para este sector potencial de la población tanto en destinos turísticos consolidados como aquellos en proceso de desarrollo porque preparando a las nuevas generaciones como preparamos el futuro turístico de El Salvador.

Las líneas de acción para incorporar a los jóvenes a la actividad turística son:

- Promover la realización de foros regionales y locales de promoción al involucramiento de jóvenes a las actividades turísticas.
- Desarrollar programas para el involucramiento de jóvenes en actividades turísticas en los destinos.
- Promover alianzas con asociaciones civiles dedicadas a la integración de la juventud a actividades productivas.
- Generar beneficios adicionales para las empresas que incorporen jóvenes a sus plantillas laborales.

E. INCORPORAR PERSONAS DE LA TERCERA EDAD A LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.

Las personas mayores representan un grupo de edad que ha estado creciendo en la pirámide de población, debido principalmente a la baja en la tasa de mortalidad por la mejora de la calidad y esperanza de vida. Estas personas tienen muchos años de experiencia en distintas situaciones y en muchos casos, son quienes mejor conocen las historias, leyendas y tradiciones de las comunidades locales, además de contar con ánimo para compartir sus conocimientos de la región y agradecen ser tomados en cuenta en las actividades que se generan en los destinos. Por otro lado, sus capacidades físicas se van deteriorando conforme pasan los años, y con ello las posibilidades de incorporación al mercado laboral, especialmente en labores que requieren esfuerzos físicos, también disminuyen.

El turismo promueve la integración de personas de la tercera edad en distintos ámbitos para lograr una sociedad turística

más incluyente, que tome en cuenta la experiencia y las capacidades de todos quienes habitan en los destinos turísticos.

Las líneas de acción para incorporar personas de la tercera edad a la actividad turística son:

- Desarrollar productos especializados para consumo de personas de la tercera edad.
- Incentivar la incorporación de personas de la tercera edad a la prestación de servicios turísticos especialmente aquellas que no requieran poco esfuerzo físico.
- Asegurar la accesibilidad física a los establecimientos ajustando la infraestructura existente (rampas, barandales, etc.).
- Desarrollar programas para el involucramiento de personas de la tercera edad en actividades turísticas en los destinos.

F. INCORPORAR A PERSONAS CON DISCAPACIDAD A LAS CADENAS PRODUCTIVAS DEL TURISMO.

Dada la multiplicidad de actividades que integran el ámbito turístico la inclusión de personas con discapacidad a la cadenas productivas del turismo es un alternativa viable. Esto implica darles oportunidades para ser económicamente activos en esta actividad que es por naturaleza inclusiva.

A su vez, la industria turística debe fomentar la accesibilidad para las personas con discapacidad mediante establecimientos y destinos turísticos para comenzar a eliminar las barreras para que estas personas puedan tener la facilidad de acercarse, moverse, entrar y utilizar instalaciones de manera autónoma, sin necesidad de recurrir a medidas especiales. Esto incluye tomar medidas para la difusión de información sobre la accesibilidad de los establecimientos turísticos, lo cual ofrece ventajas inmediatas porque permite a las personas con discapacidad decidir si un establecimiento es accesible o no.

En este sentido, se reconoce el valor de integrar a las personas con discapacidad a las cadenas productivas que ofrece la industria turística y que a su vez, como turistas, escogen más asiduamente y son más fieles a los establecimientos turísticos que ofrecen una accesibilidad adecuada y un servicio inclusivo, lo cual aumenta el potencial del mercado turístico en este sector. Finalmente, además de ofrecer

ventajas económicas para el sector turístico, la inclusión de las personas con discapacidad al mercado laboral y la mejora de la accesibilidad de las mismas a la infraestructura y servicios turísticos facilitará la transición de la República de El Salvador hacia una plena integración social.

Las líneas de acción para incorporar a personas con discapacidad a las cadenas productivas del turismo son:

- Promover la realización de foros regionales y locales de sensibilización y promoción al involucramiento de personas con discapacidad.
- Promover los beneficios existentes para empresas turísticas que incorporen personas con discapacidad.
- Generar alianzas con asociaciones civiles dedicadas a la integración de personas con discapacidad.
- Generar beneficios adicionales que susciten la incorporación de personas con discapacidad.
- Asegurar la accesibilidad física a los establecimientos ajustando la infraestructura existente.
- Identificar los problemas de acceso y promover mejoras para la calidad de los servicios e infraestructura turística para las personas con discapacidad.

G. INCORPORAR PRODUCTIVAMENTE A LA POBLACIÓN EN SITUACIÓN DE POBREZA A TRAVÉS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.

El concepto de pobreza, en términos comprensivos, expresa situaciones de carencia en recursos económicos o de condiciones de vida que la sociedad considera básicos. Bajo esta noción, el

turismo, como actividad generadora de riqueza y desarrollándose desde una perspectiva incluyente, tiene beneficios e implicaciones tanto en que contribuye significativamente a la mitigación de la

pobreza que van más allá del de la derrama económica pero también indirectamente, el desarrollo de infraestructura como medios de transporte públicos para la movilidad turística, también repercute positivamente en la calidad de vida y el bienestar de los salvadoreños.

En este sentido, una concepción comprensiva de la mitigación de la pobreza a través del turismo tiene otra importante dimensión, la cual, es el turismo como un derecho para el intercambio de experiencias y bienes culturales, lo cual es también un elemento básico para eliminar brechas sociales y promover la cohesión e inclusión social mediante el entendimiento mutuo que el turismo como espacio de interacción social genera.

Las líneas de acción para incorporar productivamente a la población en situación de pobreza a través de la actividad turística son:

- Desarrollar programas de desarrollo de capacidades para la población en situación de pobreza.
- Promover la incorporación de personas en situación de pobreza a cadenas productivas del sector.
- Promover esquemas de financiamiento para proyectos productivos enfocados en la reducción de la pobreza.
- Fomentar el desarrollo de oferta turística para el consumo de personas en situación de pobreza.

EJE IV

IMPULSO EMPRESARIAL

Oportunidades productivas,
distributivas y responsables

EJE IV. IMPULSO EMPRESARIAL

Empresas consolidadas con un enfoque rentable, distributivo y responsable.

OBJETIVO GENERAL

Promover la competitividad y sostenibilidad de las empresas turísticas salvadoreñas para ofrecer experiencias turísticas de alto valor a los visitantes.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Incentivar la creación, fortalecimiento y diversificación de empresas turísticas estratégicas y complementarias.

Promover modelos de innovación y mejores prácticas entre las empresas turísticas.

Fomentar la vinculación productiva de las empresas turísticas y relacionadas.

OPORTUNIDADES PRODUCTIVAS, DISTRIBUTIVAS Y RESPONSABLES.

El fomento empresarial se considera un tema determinante para la competitividad del país, e implica que el Gobierno Nacional y los Gobiernos Municipales, en conjunto con los representantes de la sociedad, logren crear las condiciones para fomentar la inversión y el desarrollo de empresas más rentables, incluyentes y responsables, con principios y valores sólidos que orienten la toma de decisiones, y la definición de indicadores que permitan evaluar la satisfacción de los colaboradores y clientes, así como los impactos de sus actividades en el entorno económico, social y ambiental.

El conjunto de empresas grandes, medianas, pequeñas y micro que conforman el sector turístico, representan el motor del turismo en El Salvador. Su influencia sobre la sociedad, la economía, la calidad de vida de las personas, la experiencia de los visitantes y la sustentabilidad del medio ambiente de los territorios en que funcionan, es determinante para el desarrollo sostenible y el posicionamiento competitivo de la oferta turística del país.

El reto de todas ellas, desde las más grandes hasta las micro empresas unifamiliares, es efectuar operaciones rentables, al tiempo que fortalecen su responsabilidad social y ambiental, lo que repercute sinérgicamente en su capacidad productiva y su permanencia en el mercado.

El impulso empresarial promueve la implementación de iniciativas y proyectos bien planeados y fundamentados, enfocados en la innovación y creación de valor, que consideran el bienestar común y el desarrollo integral, fomentando la sustentabilidad de acuerdo con la definición de la Comisión Brundtland: *satisfacer las necesidades del presente, sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras.*

EMPRESAS ANCLA

El fortalecimiento de las grandes y medianas empresas que tienen un mercado relativamente seguro y una operación estable, agrega valor a la oferta turística y es un factor clave para el éxito de la actividad y la atracción de flujos turísticos, por lo que representan una prioridad para el Estado salvadoreño.

Para las empresas relacionadas con el turismo, la calidad del entorno natural, cultural y social de los destinos en que operan, es particularmente importante, por lo que sus estrategias de responsabilidad social y ambiental no son únicamente un tema de conciencia sistémica, sino un tema de mercado y competitividad.

Al crear redes de proveedores locales para incrementar el valor de su oferta, sus operaciones y sus ventas, las empresas ancla o tractoras, inciden en el desarrollo de nuevas oportunidades de negocio así como en la transferencia de mejores prácticas en el ámbito empresarial y generan efectos dinamizadores y multiplicadores en la economía y el desempeño de la actividad.

MIPYMES TURÍSTICAS

El reconocimiento de la importancia y vulnerabilidad de las pequeñas y micro empresas en el desarrollo del turismo de El Salvador, así como su papel en la distribución de los beneficios que genera la actividad, ha hecho necesario establecer mecanismos de asesoría integral, capacitación, incentivos y financiamiento para fomentar su creación, sobrevivencia y consolidación. Esto implica el trabajo continuo y consistente del Ministerio de Turismo en

estrecha colaboración con el Ministerio de Economía, particularmente con CONAMYPE, que es el organismo encargado de fortalecer y desarrollar a la micro y pequeña empresa; para lograr un desarrollo económico justo, democrático, sostenible y con enfoque de género a nivel territorial.

EMPRESAS TURÍSTICAS PRIORIDAD NACIONAL

Las empresas turísticas identificadas como prioridad nacional en el ámbito turístico se relacionan con servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, operación turística, organización de eventos, transporte, entretenimiento, recreación y artesanías.

EMPRESAS CON INCIDENCIA INDIRECTA EN EL TURISMO

De manera indirecta, otros sectores económicos también se relacionan con el desarrollo del sector turístico, brindando insumos para la creación y operación de las empresas turísticas o bien a través de la prestación de servicios complementarios para la actividad, como la construcción, servicios médicos y la agricultura, pesca y ganadería en el ámbito rural.

APRENDER PARA CRECER

La gestión empresarial es una práctica que implica un proceso de aprendizaje personal que se establece en cuatro dimensiones:

Aprender a aprender se refiere a tener la capacidad de organizar, orientar y definir el propio aprendizaje; saber cuestionarse, indagar y construir el conocimiento. Es la facultad que lleva al autoaprendizaje y al descubrimiento constante.

Aprender a hacer se refiere a aprender a transformar una situación a través de acciones inteligentes y responsables.

Aprender a vivir en comunidad se refiere a vivir responsablemente, respetando y cooperando con otras personas, lo que implica entender y experimentar el principio de la interdependencia y el desarrollo de la conciencia ecológica.

Aprender a ser se refiere a descubrir la naturaleza propia, estableciendo un orden interno para desarrollar el propio potencial.



POLÍTICAS DE IMPULSO EMPRESARIAL

11. POLÍTICA DE IMPULSO A EMPRESAS TURÍSTICAS

ESTRATEGIAS	ACTORES
<p>A. Promover el fortalecimiento empresarial y la creación de empresas.</p> <p>B. Fortalecer programas de formación y capacitación técnica con visión empresarial.</p> <p>C. Fomentar la innovación y el uso de tecnología en las empresas turísticas.</p> <p>D. Promover la diferenciación de las empresas turísticas.</p>	<p>Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Instituto Salvadoreño de Turismo, Ministerio de Gobernación, Ministerio de Hacienda, Ministerio de Economía, Ministerio de Educación, Ministerio de Trabajo y Bienestar Social, Banco de El Salvador, Agencia de Promoción de Exportaciones e Inversiones de El Salvador , FONDEPRO, CONAMYPE, DICA, Gobiernos Municipales, Banca, Cámara Salvadoreña de Turismo, gremiales del sector turismo, Buró de Visitantes y Convenciones, CDT, ONG, universidades y organizaciones internacionales, Gobiernos Municipales, empresas.</p>

12. POLÍTICA DE RECONOCIMIENTO Y ADOPCIÓN DE MODELOS DE CALIDAD Y CERTIFICACIÓN

ESTRATEGIAS	ACTORES
<p>A. Promover el uso de buenas prácticas de gestión empresarial entre las empresas turísticas.</p> <p>B. Promover el uso de buenas prácticas empresariales para el cuidado, protección y revitalización del medio ambiente.</p> <p>C. Promover la certificación entre las empresas turísticas.</p>	<p>Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Instituto Salvadoreño de Turismo, Ministerio de Gobernación, Ministerio de Economía, Ministerio de Educación, Ministerio de Trabajo y Bienestar Social, Ministerio de Salud, Ministerio de Hacienda, Secretaría de Asuntos Estratégicos, Organismo Salvadoreño de Normalización, Agencia de Promoción de Exportaciones e Inversión de El Salvador, Fondo de Desarrollo Productivo, Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, Dirección de Innovación y Calidad, Gobiernos Municipales, Cámara Salvadoreña de Turismo, gremiales del sector turismo, Buró de Visitantes y Convenciones, Comités de Desarrollo DT, Mesa Nacional de Turismo Rural Comunitario, ONG, universidades, SITCA, organizaciones internacionales, empresas.</p>

13. POLÍTICA DE IMPULSO A LA VINCULACIÓN EMPRESARIAL

ESTRATEGIAS	ACTORES
<p>A. Fortalecer el Registro Nacional de Turismo.</p> <p>B. Impulsar el fortalecimiento de la Cámara Salvadoreña de Turismo y las organizaciones gremiales, que faciliten la interlocución y el establecimiento de proyectos comunes.</p> <p>C. Impulsar la creación de cadenas productivas.</p> <p>D. Generar mesas de trabajo temáticas para proponer soluciones a los retos del desarrollo turístico.</p> <p>E. Identificar y vincular las empresas turísticas con su hábitat comercial.</p>	<p>Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Instituto Salvadoreño de Turismo, Ministerio de Gobernación, Ministerio de Economía, Ministerio de Educación, Ministerio de Trabajo y Bienestar Social, Ministerio de Salud, Ministerio de Hacienda, Secretaría de Asuntos Estratégicos, Agencia de Promoción de Exportaciones e Inversión de El Salvador, Organismo Salvadoreño de Normalización, Fondo de Desarrollo Productivo, Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, Dirección de Innovación y Calidad, Gobiernos Municipales, Cámara Salvadoreña de Turismo, gremiales del sector turismo, Buró de Visitantes y Convenciones, CDT, Mesa Nacional de Turismo Rural Comunitario, ONG, universidades, SITCA, organizaciones internacionales, empresas.</p>

11.POLÍTICA DE IMPULSO A EMPRESAS TURÍSTICAS

El fomento empresarial compete a diversas instituciones nacionales que trabajan en distintos ámbitos, que contemplan la simplificación administrativa para agilizar los trámites de las empresas turísticas y fortalecer el sistema de fomento que permita el acceso al financiamiento, e estimule las iniciativas productivas, especialmente aquellas con potencial desencadenante para generar empleos e ingresos y fortalecer la creación de riqueza en el territorio. Estas instituciones se encargan de establecer una adecuada coordinación y articulación interinstitucional, que atienda las demandas de los emprendedores, propiciando que los procesos productivos se desarrollen a partir

de una cultura turística emprendedora, incluyente y responsable.

Estrategias de impulso a empresas turísticas

- A. Promover el fortalecimiento empresarial y la creación de empresas.
 - B. Fortalecer programas de formación y capacitación técnica con visión empresarial.
 - C. Fomentar la innovación y el uso de tecnología en las empresas turísticas.
 - D. Promover la diferenciación de las empresas turísticas.
-

A. PROMOVER EL FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL Y LA CREACIÓN DE EMPRESAS

La competitividad de las empresas implica la capacidad de los empresarios y emprendedores para establecer objetivos claros y accionar hacia ellos con empuje y perseverancia; tener curiosidad y capacidad de aprender; tener creatividad para innovar, adaptarse y gestionar los riesgos; tener capacidad de liderazgo y asertividad.

Impulsar la capacidad emprendedora y de gestión empresarial de los salvadoreños que participan en la actividad turística es una oportunidad para generar propuestas diferenciadas y creativas en los destinos, mejorar la competitividad de la oferta y consolidar la actividad turística de El Salvador incidiendo positivamente en el desarrollo integral del país.

La promoción del espíritu emprendedor, que se orientan a crear nuevos proyectos productivos se impulsa en los centros que apoyan las iniciativas de negocios turísticos, así como a través de las empresas anclas, que buscan establecer alianzas que favorezcan el flujo de conocimiento y la

transferencia tecnológica hacia sus proveedores a través de tutorías y de programas de apoyo y seguimiento.

Las líneas de acción para promover el fortalecimiento empresarial y la creación de MIPYMES son:

- Estimular la creación y fortalecimiento de empresas turísticas a través de incentivos fiscales.
- Fortalecer programas e iniciativas enfocadas en el desarrollo empresarial.
- Facilitar los trámites y reducir los costos para la formalización e inclusión de prestadores de servicios y proveedores de productos turísticos independientes.
- Generar estrategias para vincular sectores productivos con la demanda del sector turístico empresarial.
- Apoyar iniciativas productivas a partir de alianzas público-privadas y con los salvadoreños en el exterior.
- Promover contratos de negocios y la creación de alianzas entre las grandes, medianas, pequeñas y micro empresas.

- Fortalecer empresas proveedoras para que cumplan con los estándares de las empresas tractoras.
- Apoyar a las empresas tractoras en sus procesos de compra y relaciones de proveeduría.
- Simplificar la tramitología para abrir negocios.

B. FORTALECER PROGRAMAS DE FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN TÉCNICA CON VISIÓN EMPRESARIAL

En el contexto actual de constantemente se desarrollan nuevas propuestas, se forman y consolidan nuevos destinos, se abren nuevos mercados, se profesionaliza y diversifica la oferta y aumenta la competencia a nivel local, regional, nacional e internacional. Para competir en estas condiciones es necesario que todos los actores que forman parte de la cadena de valor que integra la actividad turística en El Salvador, estén preparados para enfrentar nuevos retos. Esto hace necesario que los recursos utilizados para la formación y capacitación ya no sean percibidos como un gasto social, sino como una inversión en capital social, que cada vez adquiera más fuerza en el valor perceptual de las empresas, las organizaciones locales y del país en su conjunto.

Como se establece en el ámbito de liderazgo integrador, el énfasis en los programas de formación y capacitación turística, se orientará al desarrollo de las pequeñas y micro empresas, lo cual implica un trabajo continuo y consistente del Ministerio de Turismo en estrecha colaboración con el Ministerio de Economía, particularmente con CONAMYPE para promover la creación, mejora y consolidación de empresas, productos y servicios turísticos más competitivos. Así mismo, para lograr un desarrollo sustentable en los destinos del país, se promueven cuatro ámbitos de desempeño en formación técnica:

Capacitación que propicie el espíritu empresarial, la adquisición y desarrollo de conocimientos, habilidades y actitudes requeridas para el desempeño

de cada función productiva específica, en un ambiente de mejora continua.

Formación de instructores que sean capaces de orientar sus enseñanzas sobre asuntos turísticos hacia los términos que se establecen en la presente política, mejorar sus técnicas de enseñanza, manejo de grupos e identificación de necesidades de aprendizaje entre los actores que participan en los programas de capacitación.

Consultoría y coaching, por medio de los cuales las empresas y sus trabajadores incorporan, actualizan o desarrollan procesos y sistemas que les facilitan su desempeño productivo, individual o colectivo como organización.

Apoyo técnico en términos de asesoría específica para cada ámbito productivo, orientada al rediseño y desarrollo de propuestas empresariales, productos y servicios competitivos y sostenibles, aprovechando las nuevas tecnologías para fortalecer la prestación de los servicios, así como para el desarrollo de nuevas alternativas de negocios.

Las líneas de acción para generar programas de formación y capacitación técnica con visión empresarial son:

- Revisar periódicamente las necesidades de formación y capacitación de los prestadores de servicios turísticos.

- Establecer alianzas estratégicas con instituciones educativas para la alineación de sus programas con los planteamientos de la política nacional de turismo.
- Desarrollar cursos, talleres y seminarios en el ámbito local alineados con los planteamientos de la política y ajustados a las distintas necesidades de los destinos y los participantes.
- Desarrollar redes de apoyo inter-empresas para profundizar en fortalecimiento de una cultura empresarial ética y competitiva.
- Propiciar la creación de empresas a través de programas de incubación.

C. FOMENTAR LA INNOVACIÓN Y EL USO DE TECNOLOGÍA EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

La sociedad industrial basada en la producción de bienes materiales se ha transformado a una sociedad postindustrial basada en la transferencia, gestión y manipulación de la información y el conocimiento, que sigue modificando la estructura de comunicarse, organizarse y hacer negocios en el mundo, en particular del sector turístico. La innovación y el uso de tecnologías de comunicación y eficiencia energética entre los prestadores de servicios, funcionarios públicos y personal de las organizaciones sociales de El Salvador implica la implementación nuevos procesos dentro de los ámbitos de actuación de los distintos actores que participan en el desempeño de la actividad.

Los esquemas y valores culturales diferentes, así como la falta de formación o capacitación técnica específica, impiden que se utilicen y exploten las tecnologías nacidas en otros contextos para resolver problemas y capitalizar oportunidades en algunos ámbitos específicos, como la investigación empresarial o la incorporación de tecnologías sustentables. En este sentido, en paralelo a la capacitación técnica para el uso y aprovechamiento de las nuevas tecnologías, se impulsa la cultura de la innovación entre las empresas que participan en la actividad, quienes a partir del desarrollo de nuevas y mejores maneras

de hacer las cosas, serán capaces de utilizar dichas tecnologías en formas más competitivas, diversas y diferenciadas, resultando en una experiencia con mejores resultados en la gestión de los destinos y las empresas, y consecuentemente, una mejor experiencia turística para los visitantes.

Las líneas de acción para fomentar la innovación y el uso de tecnología en las empresas turísticas son:

- Identificar y dar a conocer las tecnologías adecuadas para empresas de diferentes giros y actividades turísticas.
- Generar mecanismos para que las empresas puedan identificar productos y proveedores de tecnología más adecuados.
- Desarrollar eventos y presentaciones e invitar a los proveedores de tecnología a eventos del sector para vincularlos con los empresarios turísticos.
- Establecer incentivos y programas de cooperación para la instalación de tecnologías alternativas.
- Promover la implementación de tecnologías que aumenten la competitividad turística.
- Desarrollar programas de incentivos y financiamiento para la innovación en el sector turístico.

D. PROMOVER LA DIFERENCIACIÓN DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

La diferenciación hace referencia a las características específicas de un producto o servicio que le permiten distinguirse de los demás. El uso de elementos diferenciadores originales y novedosos, ayuda a generar una oferta diversa, con mayores posibilidades de reconocimiento y recordación en los mercados meta, y aumenta la competitividad turística de las empresas salvadoreñas y de El Salvador.

En El Salvador cada empresa u organización es responsable de crear una oferta específica y debe desarrollar sus propios elementos de diferenciación en términos de atributos, modelos de negocios, atención al cliente, personalización de los servicios, infraestructura, equipamiento y valor agregado, buscando a la vez alinearse con los elementos de la marca país que se basan en la apertura, dinamismo y familiaridad, y utilizando los atributos singulares de los destinos turísticos con los que se relacionan.

Aunque este es un ámbito de responsabilidad directa de las empresas, en ocasiones estas, principalmente las más

pequeñas, no cuentan con las capacidades metodológicas o económicas para emprender proyectos que les permitan adecuar sus productos, instalaciones y equipamientos de acuerdo con sus elementos de identificación, por lo que se hace necesario brindar asistencia y apoyo a empresas estratégicas que inciden directamente en el desarrollo de los destinos.

Las líneas de acción para definir metodologías para la diferenciación de las empresas turísticas son:

- Generar y socializar metodologías que faciliten la identificación y puesta en valor de los elementos diferenciadores de las empresas turísticas, su alineación con los elementos diferenciadores del país y de los destinos en que se desarrollan.
- Establecer programas de asistencia técnica y financiamiento para la adecuación de instalaciones y equipamiento de las empresas.

12. POLÍTICA DE RECONOCIMIENTO Y ADOPCIÓN DE MODELOS DE CALIDAD Y CERTIFICACIÓN

Las mejoras prácticas se conciben como un conjunto de conductas, habilidades y destrezas que han probado su eficiencia en un contexto determinado y se espera que rindan los mismos resultados en condiciones similares y apoyen la solución de problemas específicos.

La promoción de buenas prácticas que fortalecen la actividad turística de El Salvador se relacionan con la adopción de sistemas de calidad en el servicio, gestión ambiental, seguridad y protección civil. El proceso de implementación implica identificar, definir, evaluar, documentar y

difundir elementos e indicadores basados en casos de éxito nacionales e internacionales, que permitan a los prestadores de servicios crear y adoptar modelos que los apoyen a mejorar su gestión.

La sistematización y difusión de buenas prácticas, facilita la adopción de modelos de calidad y que se transforman en certificaciones o sellos de calidad que promueven la competitividad en dos sentidos: por un lado, orienta a los actores hacia el cumplimiento de indicadores

establecidos, por la otra, genera confianza entre los clientes potenciales.

Ambos aspectos se relacionan con la y el posicionamiento de los certificadores que en El Salvador son evaluados y avalados por el Ministerio de Turismo a través de CORSATUR.

Estrategias de reconocimiento y adopción de modelos de calidad y certificación

A. Promover el uso de buenas prácticas de gestión empresarial entre las empresas turísticas.

B. Promover el uso de buenas prácticas empresariales para el cuidado, protección y revitalización del medio ambiente.

C. Promover la certificación entre las empresas turísticas.

A. PROMOVER EL USO DE BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN EMPRESARIAL ENTRE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

Entre los grandes desafíos a los que se enfrenta el sector turístico en El Salvador, está lograr que las pequeñas y micro empresas, que sostienen la economía turística del país e inciden en forma definitiva en la experiencia de los turistas, logren sobrevivir, crecer y desarrollarse para competir en un entorno cambiante y retador, lo que implica lograr mejorar su rendimiento, rentabilidad y productividad, al tiempo que se comprometen con el desarrollo sustentable del país.

Esta situación hace necesario establecer nuevos paradigmas que impulsen sistemas de gestión empresarial que permitan mejorar el desempeño de las empresas, estableciendo actitudes y procesos que les permitan optimizar sus recursos en función de su realidad y su escala.

Las prácticas de gestión empresarial que se impulsan en el país, contemplan el establecimiento de modelos flexibles que se adapten a las realidades locales, promoviendo que cada empresa, sin importar su tamaño, adopte una forma de trabajar consistente y competitiva a través de:

Desarrollar una visión empresarial que exprese claramente el estado ideal deseado, una misión empresarial que oriente a los integrantes de la organización para llegar a ese estado

deseado ideal y valores estructurados que conduzcan sus actuaciones.

Establecer políticas empresariales de servicio, enfoque ambiental, social, de gestión humana, investigación, uso de tecnología, producción, y seguridad, que se traduzcan en normas claras y definidas.

Planificar la dirección empresarial con bases flexibles que permitan un proceso continuo de mejora que permita elegir, eliminar y reformular los objetivos, estrategias y líneas de acción adaptándose con rapidez a los cambios del entorno y del mercado

Establecer procesos y procedimientos medibles que les permita a los emprendedores evaluar y retroalimentar los sistemas, fortaleciendo lo que conduce hacia la visión establecida y eliminar las estrategias, objetivos, proyectos o procesos que no contribuyen a alcanzar la visión o son inconsistentes con los valores planteados.

Implementar estos mecanismos y herramientas de gestión implica desarrollar una mentalidad proactiva e interactiva, promoviendo la creación de grupos de trabajo autogestivos, que enriquezcan la dinámica de los negocios, en los que la responsabilidad del éxito se transfiere a

cada empresa, transformando y vigorizando la participación de los emprendedores en su propio desarrollo y consecuentemente, en el desarrollo del país.

Las líneas de acción para promover el uso de buenas prácticas de gestión empresarial entre las MIPYMES turísticas son:

- Brindar orientación a las MIPYMES para el diseño de planes estratégicos flexibles y adaptables para las MIPYMES.
- Vinculación de las MIPYMES con socios estratégicos que las impulsen.
- Apoyar la creación de equipos de trabajo empoderados, autodirigidos y motivados.
- Fomentar la autocrítica y la actitud visionaria de los emprendedores

B. PROMOVER EL USO DE BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES PARA EL CUIDADO, PROTECCIÓN Y REVITALIZACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

El Salvador se enfrenta a la necesidad de revertir la degradación ambiental que amenaza el desarrollo del país y del turismo en particular. Para asegurar que los actores que participan en la actividad turística contribuyan en este esfuerzo, se articulan diversos programas que promueven la sensibilización y aplicación de buenas prácticas ambientales, particularmente en los siguientes ámbitos de actuación:

Educación y sensibilización ambiental, proponiendo un entendimiento común sobre las importancia del cuidado del entorno, proporcionando metodologías y herramientas que hagan posible que los actores locales a cuiden el entorno y establezcan buenas prácticas ambientales en los lugares de trabajo, hogares y lugares públicos.

Uso responsable del agua, incorporando medidas medición, regulación y ahorro, así como implementando tecnologías que permitan tratar el agua utilizada y aprovechar el agua de lluvia.

Uso responsable de la energía, adoptando medidas de medición y disminución de uso, e implementando tecnologías alternativas.

Apoyo a la biodiversidad utilizando especies de flora autóctona en las áreas verdes, evitando la introducción de especies exóticas invasoras; así como evitando el

cautiverio, consumo, exhibición y comercialización de especies silvestres. Las especies silvestres protegidas únicamente podrán estar cautivas al estar custodiadas por personas autorizadas, que cuentan con las facilidades adecuadas para albergarlas y cuidarlas.

Aprovechamiento responsable de áreas naturales protegidas y de conservación contribuyendo en tareas de conservación y revitalización, y evitando la perturbación de los ecosistemas y especies.

Impulso a la creación de reservas naturales privadas, buscando el desarrollo de corredores biológicos que permitan el libre tránsito de especies y poblaciones silvestres.

Disminución de la contaminación estableciendo políticas de compras que favorezcan el uso de productos ambientalmente amigables como insumos de construcción, bienes de capital, alimentos y consumibles, así como la minimización de artículos descartables y sustancias perjudiciales para el entorno, y estableciendo mecanismos de disminución del ruido.

Minimizar, reutilizar y reciclar los desechos sólidos, a través de prácticas y tecnologías apropiadas y alianzas con empresas de reciclaje a nivel nacional e internacional.

Disminución de gases que afectan el calentamiento global controlando las fuentes que la producen e instaurando procedimientos para reducirlas y compensarlas, y promoviendo el uso de transporte respetuoso con el medio ambiente para los visitantes y colaboradores.

El establecimiento y difusión de estas prácticas, permitirá mejorar la imagen del país en su conjunto, tanto en términos de credibilidad como de valor de los recursos turísticos y permitirá atraer mercados altamente interesados en servicios y/o productos con responsabilidad ambiental y generará diversos de beneficios para el pueblo salvadoreño.

El Ministerio de Turismo impulsa la adopción de buenas prácticas ambientales congruentes con la Política Nacional de Medio Ambiente en estrecha colaboración con el Ministerio Medio Ambiente y Recursos Naturales, así como otras instituciones del gobierno central, los Gobiernos Municipales y las organizaciones de la sociedad civil que participan en la

revitalización del medio ambiente de El Salvador.

Las líneas de acción para promover el uso de buenas prácticas para el cuidado, protección y revitalización del medio ambiente son:

- Promover las directrices establecidas en la Política Nacional de Medio Ambiente y el establecimiento de buenas prácticas en empresas de cualquier tamaño.
- Brindar orientación a los actores turísticos respecto a los programas de asesoría y financiamiento, nacionales e internacionales, para la implementación de buenas prácticas ambientales.
- Promover intercambios, foros y congresos con instituciones líderes en medio ambiente a nivel internacional y la participación de actores turísticos.
- Establecer campañas de promoción especiales para las empresas que implementen buenas prácticas en sus modelos de gestión.

C. PROMOVER LA CERTIFICACIÓN ENTRE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

La búsqueda de mecanismos para optimizar la gestión turística y el reconocimiento frente a los mercados, así como la necesidad de impulsar una cultura responsable hacia el medio ambiente y la sociedad, han propiciado la creación de sistemas de certificación, que establecen parámetros e indicadores que permitan a las empresas reconocer sus puntos fuertes y mejorar sus puntos débiles y se traducen en sellos de calidad que acreditan a las empresas y destinos a través de sellos de calidad que puedan ser reconocidos por los clientes potenciales en un entorno cambiante en que la mejora continua se reconoce como un proceso y no como un suceso estático.

En este sentido, el Ministerio de Turismo promueve la implementación de sistemas de certificación y sellos de calidad que se basen

en la evaluación de procesos, y recompensan los esfuerzos e iniciativas locales hacia la calidad, la revitalización del entorno y la inclusión social. En este sentido, los esfuerzos de certificación se orientan hacia los siguientes objetivos:

Motivar a los actores relacionados con la actividad turística a reconocer la importancia de entrar en un proceso de mejora continua.

Generar mejores contribuciones sociales y ambientales que propongan la revaloración de los recursos naturales y culturales, la mejor distribución del ingreso turístico, el refuerzo de la identidad local y simultáneamente mejoren la experiencia de los visitantes.

Estimular la creación de una oferta especializada, orientada hacia el mercado más demandante, que pone énfasis en la calidad en el servicio, la conservación del entorno y el uso de ecotecnias.

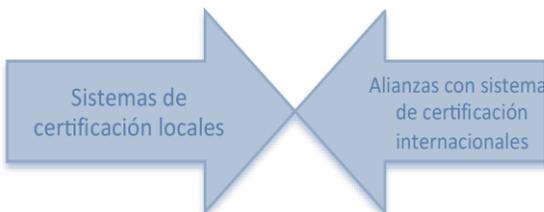
Generar confianza entre los visitantes actuales y potenciales

Fortalecer la imagen de El Salvador como un país con un alto nivel de compromiso con la calidad ambiental, social y de servicios.

El sistema de certificación de El Salvador contempla dos componentes estratégicos:

Creación de mecanismos de certificación y sellos de calidad locales acordes con la realidad y necesidades del sector turístico de El Salvador

Alianzas estratégicas con sistemas de certificación y sellos de calidad reconocidos internacionalmente para facilitar la certificación de empresas y servicios turísticos de El Salvador



Para asegurar la operación eficiente y la transparencia de los sistemas de

certificación, el Ministerio de Turismo coordina esfuerzos con diferentes instancias del gobierno nacional, los Gobiernos Municipales, la sociedad civil y el sector privado a través de la Cámara Turismo y las organizaciones gremiales y los comités de desarrollo turístico local.

Las líneas de acción para promover la certificación entre las empresas turísticas son:

- Crear y promover el uso de sellos de calidad diseñados para las realidades locales con criterios globales que impulsen el desarrollo sostenible de los destinos.
- Posicionar los sellos de calidad salvadoreños entre los empresarios locales, los visitantes que llegan a El Salvador y los mercados potenciales.
- Fomentar alianzas con organizaciones nacionales e internacionales de reconocido prestigio que promuevan la implementación de procesos de mejora continua y generen sellos de calidad reconocidos en por mercados objetivo.
- Brindar orientación a las empresas locales interesadas en obtener sellos de calidad internacionales.

13. POLÍTICA DE IMPULSO A LA VINCULACIÓN EMPRESARIAL

La vinculación entre empresas del sector turístico de El Salvador, es un recurso estratégico para responder eficazmente al entorno competitivo internacional.

La vinculación empresarial a través de la Cámara Nacional de Turismo y las gremiales del sector, la creación de cadenas productivas y el establecimiento de mesas de trabajo, permite mantener la flexibilidad de las empresas individuales, al mismo

tiempo que se crean sinergias para aprovechar las capacidades productivas combinadas de sus socios, lo que permite reducir costos, desarrollar innovación tecnológica, generar economías de escala y alcanzar nuevos mercados compartiendo los costos de comercialización, entre otros beneficios.

El fortalecimiento de las articulaciones empresariales, permite complementar las

actividades turísticas y aprovechar espacios comunes de participación e interlocución con otras organizaciones e instituciones a nivel nacional e internacional.

El Ministerio de Turismo impulsa la vinculación empresarial con el objetivo de fortalecer la oferta turística de El Salvador, mejorar la calidad de los servicios turísticos y atraer nuevos mercados para incrementar los beneficios que el turismo genera en el país.

Estrategias de impulso a la vinculación empresarial

A. FORTALECER EL REGISTRO NACIONAL DE TURISMO

El Registro Nacional de Turismo es un registro público administrado por la Corporación Salvadoreña de Turismo, en el que se inscriben empresas turísticas, nacionales o extranjeras, así como sus titulares.

Al estar inscritas, las personas naturales o jurídicas, obtienen beneficios como capacitaciones, promoción en catálogo, información de sus servicios en la página web institucional, participar en ferias internacionales y la aplicación a incentivos fiscales.

Pueden inscribirse empresas de alojamiento, restaurantes, operadores de turismo, organizadores de evento, transporte turístico, parques recreativos, campos de golf, tiendas y talleres de artesanías, y otras empresas que presenten servicios directos de naturaleza turística.

Para promover la participación de los actores turísticos en el Registro Nacional de Turismo, se desarrollarán mecanismos que permitan la evaluación constante de los

A. Fortalecer el Registro Nacional de Turismo.

B. Impulsar el fortalecimiento de la Cámara Salvadoreña de Turismo y las organizaciones gremiales que faciliten la interlocución y el establecimiento de proyectos comunes.

C. Impulsar la creación de cadenas productivas.

D. Generar mesas de trabajo temáticas para proponer soluciones a los retos del desarrollo turístico.

E. Identificar y vincular las empresas turísticas con su hábitat comercial.

procedimientos de inscripción y reglamentación aplicada, para identificar las barreras y oportunidades del sector y así lograr la inclusión de todos los actores relacionados con la actividad turística; lo que permitirá un registro con un rango estratégico de mayor nivel.

Las líneas de acción para fortalecer el Registro Nacional de Turismo son:

- Promover el Registro nacional de turismo por medio de campañas de incorporación y registro de empresas turísticas en ámbitos regionales y locales.
- Establecer distintos niveles en el Registro nacional de turismo, que otorguen distintos beneficios.
- Desarrollar un nivel de registro básico sin costo, para promover la incorporación de proyectos independientes y MIPYMES que no tengan la capacidad para cumplir con los requisitos establecidos.

B. IMPULSAR EL FORTALECIMIENTO DE LA CÁMARA SALVADOREÑA DE TURISMO Y LAS ORGANIZACIONES GREMIALES QUE FACILITEN LA INTERLOCUCIÓN Y EL ESTABLECIMIENTO DE PROYECTOS COMUNES

Las organizaciones gremiales en materia turística son espacios que agrupan diferentes voluntades de un sector específico, que suelen ser competidores en el ámbito comercial y a la vez deciden colaborar para impulsar iniciativas que beneficien al conjunto de sus asociados, e incidir en la solución de problemas de interés común; donde los objetivos colectivos sobrepasan los intereses particulares. Esto se define como *coopetencia*, concepto mercadológico que significa que varios jugadores de una misma categoría compiten a la vez que se complementan, integrando tensión y dinámica estratégica al negocio.

La Cámara Nacional de Turismo y las organizaciones gremiales facilitan la interlocución entre y con los miembros de cada grupo, por lo que representan un espacio significativo para generar propuestas específicas de actuación, que apoyen el turismo, propicien la adopción de los principios rectores de la política entre sus miembros y establezcan proyectos y programas que afiancen a cada grupo específico y al turismo en general; por lo que su fortalecimiento es un tema prioritario para consolidar un liderazgo integrador, que

robustezca la actividad turística de El Salvador.

Las líneas de acción para impulsar el fortalecimiento de organizaciones gremiales que faciliten la interlocución y el establecimiento de proyectos comunes son:

- Promover una agenda compartida entre las distintas organizaciones gremiales, a través de la Cámara Salvadoreña de Turismo y el Gobierno Nacional.
- Desarrollar programas conjuntos de formación y capacitación.
- Fortalecer la autonomía financiera a través de programas de procuración de fondos.
- Fomentar la implantación de los principios y la implementación de las estrategias de la Política Nacional de Turismo entre sus miembros.
- Promover la afiliación de proveedores de servicios y productos turísticos a asociaciones gremiales que les sean afines.
- Apoyar las estrategias y acciones que surjan como resultado del trabajo conjunto, para atender las necesidades y oportunidades de la actividad turística.

C. IMPULSAR LA CREACIÓN DE CADENAS PRODUCTIVAS

El encadenamiento productivo en la actividad turística, se refiere la articulación de los actores que intervienen en el proceso elaboración o producción de lo que los visitantes hacen o consumen antes durante y después de la experiencia turística, vinculándose con quienes distribuyen, integran y comercializan estos productos y servicios en las diferentes etapas de la experiencia turística. La diversidad de

actores y sectores que participan en esta cadena, la hace una de las más complejas y heterogéneas de la economía, pues requiere la integración vertical, horizontal, intersectorial e interdisciplinaria, y sus impactos afectan tanto al sector agrícola como al industrial, comercial, académico y de servicios.

En algunos destinos de El Salvador los encadenamientos productivos suceden de forma espontánea, en ocasiones guiados por el menor esfuerzo de los integrantes de la cadena, sin tomar en cuenta los efectos que estos generan en la economía y la producción local, por lo que es necesario inducir a los actores a crear sistemas de organización e integración local, que faciliten la toma de decisiones que sean benéficas en el corto plazo, adecuadas a su situación específica, pero con una visión de largo plazo para lograr el equilibrio entre la creación de productos de calidad inmediata y el aprovechamiento de las capacidades locales para generar bienes y servicios locales, regionales y nacionales, que permitan aprovechar las ventajas internas para elevar la productividad y competitividad de los negocios, al tiempo que se distribuyen mejor los beneficios de la actividad, fortaleciendo la economía nacional que incide en el desarrollo sustentable del país.

La clasificación de las cadenas productivas en El Salvador comienza con la identificación de los productos y servicios asociados a la actividad turística y se establecen con base en tres consideraciones:

POR ÁMBITO GEOGRÁFICO que impulsa la agrupación de los productores y prestadores de servicios de la localidad o municipio a nivel local o regional, que fomenta una mayor distribución de ingresos, una reducción de costos económicos y ambientales de transportación y la colaboración entre actores locales y regionales entre otros beneficios relacionados con la diversificación económica de los destinos, la inclusión social y la responsabilidad ambiental.

POR PRODUCTOS Y SERVICIOS que impulsa la integración de productos y servicios de la misma naturaleza, lo que permiten compartir experiencias y generar un mejor posicionamiento por categoría de producto, y aumentar la rentabilidad social de una actividad específica.

POR SISTEMAS DE ALTA COMPETITIVIDAD, que promueve la integración vertical y horizontal de los productores y prestadores de servicios, para formar redes de valor.

Para impulsar el encadenamiento productivo y promover la colaboración entre diversos actores que participan en el sector turístico se aprovechan los mecanismos de asociatividad y vinculación establecidos en el enfoque de gestión de gobernanza transversal.

Las líneas de acción para impulsar la creación de cadenas productivas son:

- Fortalecer y difundir los diagnósticos locales que identifican necesidades y oportunidades de desarrollo de proveedores locales en el ámbito turístico.
- Sensibilizar a los prestadores de servicios respecto a las ventajas del consumo de insumos producidos en sus localidades y regiones.
- Fomentar la creación de cooperativas y mecanismos de distribución de insumos locales.
- Facilitar el acceso a esquemas de financiamiento cooperativo.
- Promover la integración de MIPYMES locales y regionales a las cadenas productivas de las grandes empresas.
- Asesorar y proporcionar acompañamiento técnico a inversionistas interesados en los diferentes esquemas de proveeduría en el ámbito local, regional y nacional

D. GENERAR MESAS DE TRABAJO TEMÁTICAS PARA PROPONER SOLUCIONES A LOS RETOS DEL DESARROLLO TURÍSTICO

El establecimiento de mesas de trabajo temáticas para el desarrollo turístico, facilita la participación de los actores en la implementación de proyectos prioritarios, para el desarrollo de los destinos, rutas, corredores y regiones turísticas; promoviendo el intercambio de experiencias y la generación de alianzas.

Las mesas de trabajo se establecen con base en las coincidencias y coyunturas temáticas de las comunidades con vocación turística del país. Su objetivo es trabajar en conjunto para atender los principales retos y prioridades de desarrollo. Las mesas temáticas podrán funcionar de forma temporal o permanente, conforme sea relevante para la situación del momento.

Se dará prioridad a los temas relacionados con las líneas de producto de mayor potencial turístico del país, y se promoverá la creación de nuevas mesas de trabajo, de acuerdo con las necesidades de los actores turísticos.

Las líneas de acción para generar mesas de trabajo temáticas para proponer soluciones a los retos del desarrollo turístico son:

- Realizar un análisis de los temas prioritarios para el desarrollo turístico nacional, regional y local.
- Establecer criterios de selección para la conformación de las mesas de trabajo.
- Desarrollar una agenda para las mesas de trabajo con base a los temas prioritarios identificados.

E. IDENTIFICAR Y VINCULAR LAS EMPRESAS TURÍSTICAS CON SU HÁBITAT COMERCIAL

El hábitat comercial es el ámbito de actuación que reúne las condiciones adecuadas para que una empresa u organización pueda tener éxito y sobrevivir: proveedores, clientes, colaboradores y canales.

Tal como en un hábitat natural, en este espacio comercial interactúan diversos factores y fuerzas internas y externas, que influyen y condicionan el desempeño de las organizaciones: desde las tendencias del mercado y la madurez de la categoría del negocio, las innovaciones tecnológicas, los aspectos sociales, culturales, biológicos, políticos, económicos y jurídicos, hasta el entorno más inmediato que constituye la dinámica particular del negocio, las características de sus miembros y la oferta-experiencia que ésta ofrece.

La forma en que las empresas salvadoreñas perciban e interactúen en su hábitat, se adapten y contrarresten los factores que representan un riesgo, y capitalicen

aquellos que son una oportunidad para su desarrollo, serán determinantes para su éxito comercial.

El análisis de un hábitat comercial, se realiza en función del nivel de madurez del mercado y puede ser creado por una o varias empresas. Los hábitat comerciales en que juega la oferta de las empresas turísticas de El Salvador son:

HÁBITAT COMERCIAL ESTABLECIDO: Corresponde a las líneas de producto convencionales en las que las convenciones y los supuestos que mueven a los consumidores y los roles de los jugadores están claramente establecidos. Entrar implica atenerse a las reglas establecidas y buscar elementos diferenciadores para poder competir y sobrevivir.

HÁBITAT COMERCIAL EN PROCESO DE FORMACIÓN: Corresponde a las líneas de producto emergentes en las que el terreno de juego comienza a ser delineado, empiezan a

destacar marcas líderes y a establecerse los supuestos de la competencia, aunque los roles y posicionamientos se encuentran en disputa. Las empresas que se apropien de los atributos que definirán esa categoría tendrá una clara ventaja frente a las demás.

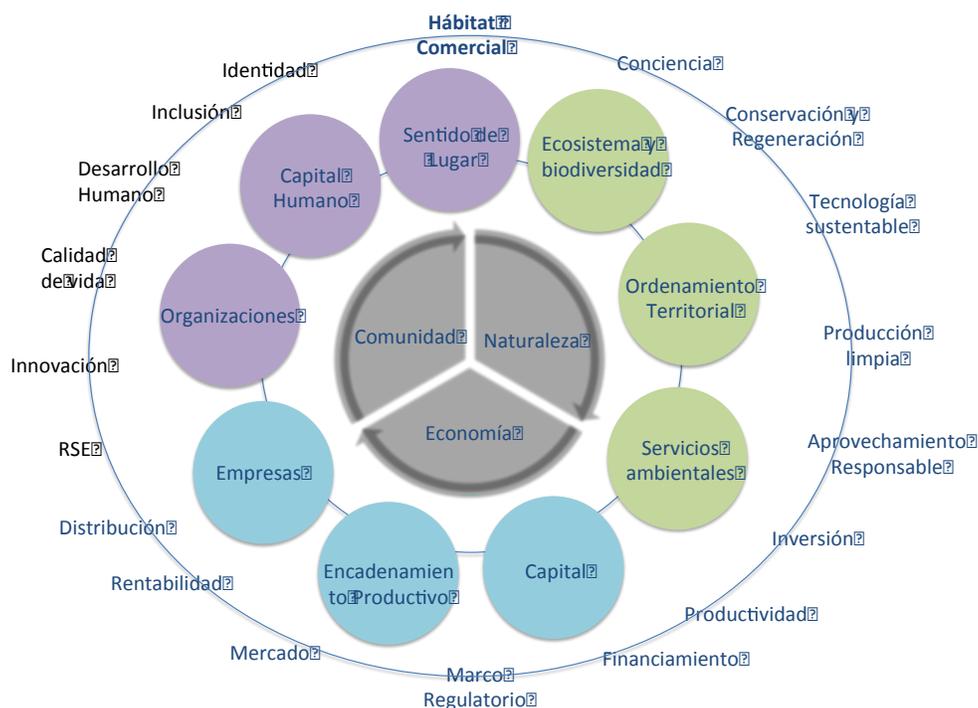
HÁBITAT COMERCIAL POR EXISTIR: Corresponde a las nuevas categorías de producto en las que el terreno de juego no ha sido delineado, ni las convenciones, ni los supuestos, es un terreno inexplorado que espera a una marca ponga su bandera pionera de conquista. En una categoría por existir la competencia se gana al ser la empresa que establece claramente los atributos que definirán esa categoría.

HÁBITAT COMERCIAL EN DECADENCIA: El terreno de juego ha sido sobre explotado, la competencia por precio es todo lo que queda. El sistema está en crisis, aunque es posible que alguna empresa se adapte y evolucione, innovar les permite emigrar a otros espacios comerciales más rentables.

Demanda-competencia = oportunidad de mercado

Para identificar y vincularse con el hábitat comercial más adecuado las líneas de acción son:

- Analizar los factores económicos, culturales y ambientales del mercado en que se desarrollan y del negocio de cada empresa, y compararlos con los de su competencia local, nacional e internacional.
- Analizar las características y tendencias de los clientes relacionados con el negocio
- Establecer el tipo de productos que se busca introducir en el mercado, su vinculación en un hábitat comercial y las estrategias de diferenciación que permitirán competir con mayores beneficios.
- Establecer estrategias de cooportunidad (complemento y competencia) entre las empresas de los destinos del país.



EJE V

**DESTINOS
AUTÉNTICOS Y
SUSTENTABLES**

Acciones locales,
impactos globales

EJE V. DESTINOS AUTÉNTICOS Y SUSTENTABLES

Centros turísticos que ofrecen experiencias de alto valor para los visitantes y las comunidades receptoras.

OBJETIVO GENERAL

Fortalecer las capacidades turísticas de las localidades de El Salvador como destinos autónomos y diferenciados, aprovechando los beneficios del turismo para impulsar el desarrollo sustentable.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Consolidar los centros turísticos que por su posicionamiento y nivel de desarrollo tienen un mayor impacto en el desempeño turístico del país.

Fortalecer los centros complementarios para diversificar la oferta.

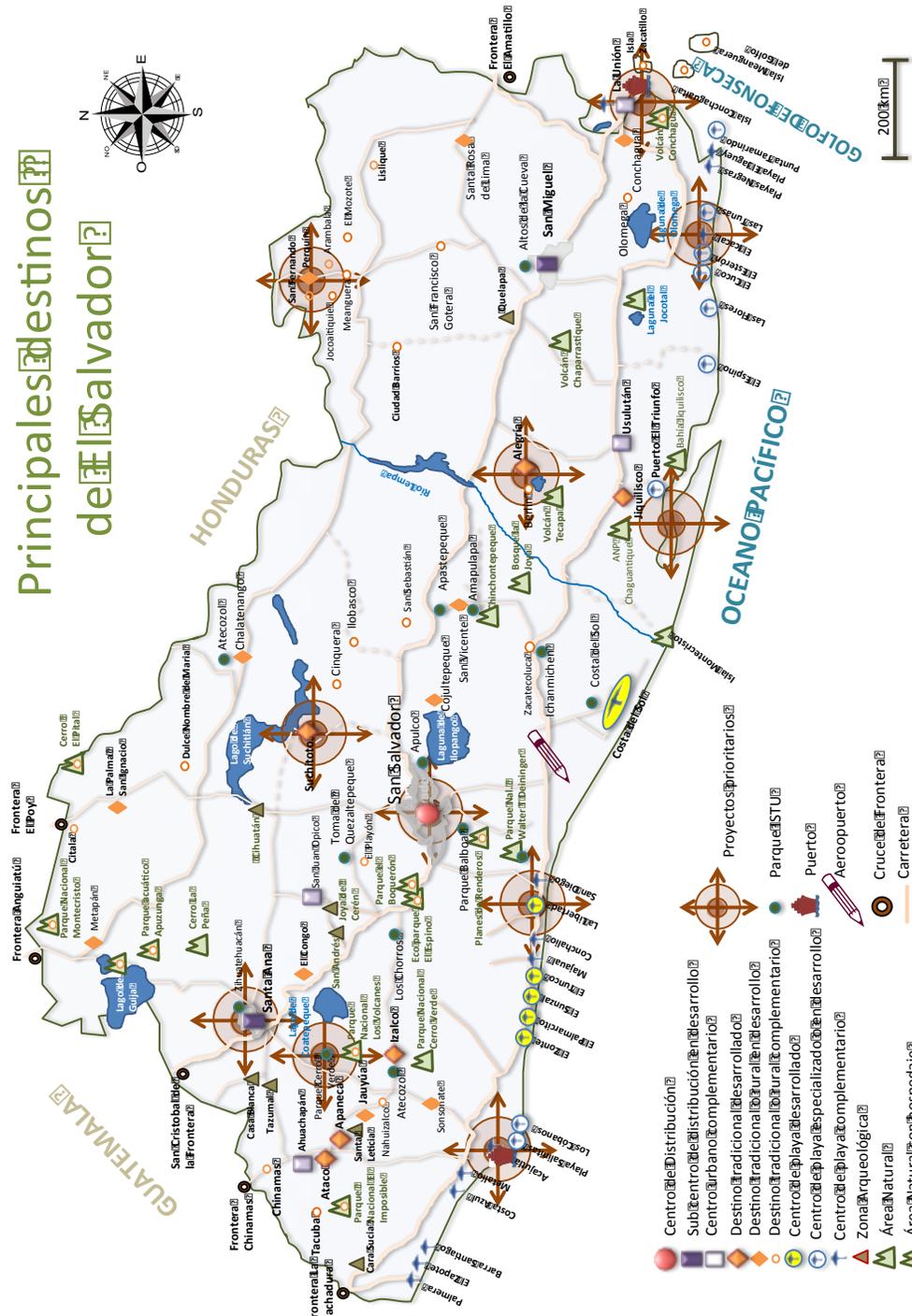
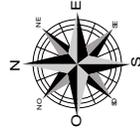
Detonar el desarrollo de nuevas alternativas para ampliar la distribución de los beneficios del turismo.

Promover modelos de diseño urbano que mejoren el funcionamiento, la atractividad y la sustentabilidad de los destinos.

En función de su nivel de desarrollo y el impacto que tienen en el espacio turístico nacional, regional y local, así como su capacidad de recibir y distribuir los flujos turísticos, las localidades turísticas del país se categorizan de la siguiente manera:

Símbolo	Tipo de destino	Características
	Centro de Distribución	El tamaño de su población, así como su posición geográfica y logística, permiten concentrar y distribuir flujos turísticos y ofrecer una alta concentración de infraestructura y servicios comerciales, actividades turísticas, culturales y de entretenimiento.
	Sub-centro de distribución	Su influencia económica, geopolítica y demográfica en sus regiones de influencia, permiten concentrar y distribuir flujos turísticos, y de particular diversos destinos cercanos al nivel regional.
	Centro urbano complementario	Su población, posición geográfica y logística, así como su oferta comercial y de servicios les permite funcionar como centros de proveeduría, así como recibir y distribuir visitantes de los destinos cercanos.
	Localidad tradicional desarrollada	Cuentan con oferta de hospedaje, alimentos y servicios turísticos complementarios, así como con infraestructura de soporte que permite el desarrollo del turismo. Funcionan como destinos autónomos de hitos de excursión.
	Localidad tradicional rural en desarrollo	Cuentan con oferta de hospedaje incipiente y al menos un establecimiento de oferta de alimentos. Funcionan como hitos de excursión y requieren mayor infraestructura y servicios para posicionarse como destinos autónomos.
	Localidad tradicional rural complementaria	No cuentan con servicios de hospedaje, por lo que funcionan principalmente como centros de excursión integrándose con destinos más desarrollados.
	Centro de playa desarrollado	Cuentan con oferta de hospedaje, alimentos y servicios turísticos complementarios, así como con infraestructura de soporte que permite el desarrollo del turismo. Funcionan como destinos autónomos de hitos de excursión.
	Centro de playa especializados en desarrollo	Cuentan con oferta de hospedaje especializada y establecimientos de alimentos. Funcionan y tienen potencial para funcionar como destinos autónomos orientados a segmentos especializados.
	Centro de playa con potencial	No cuentan con servicios de hospedaje, por lo que funcionan principalmente como centros de excursión integrándose con destinos más desarrollados.
	Zona Arqueológica	Funcionan como hitos de excursión, se integran con destinos cercanos para complementar su oferta turística.
	Área Natural	Funcionan como hitos de excursión para el acercamiento con la naturaleza, utilizan destinos cercanos como punto de partida para su visita.
	Área Natural con hospedaje	Funcionan como hitos de excursión como destinos autónomos para turismo de naturaleza.
	Parque Estu	Son parques recreativos orientados a la recreación familiar, social y excursionismo.
	Puertos	Funcionan como punto de llegada y salida de cruceros, como destinos autónomos y hitos de excursión.
	Fronteras	Puntos de entrada y salida por carretera.
	Aeropuerto	Punto de entrada y salida vía aérea.

Principales Destinos de El Salvador



200 km

POLÍTICAS DE AUTENTICIDAD Y SUSTENTABILIDAD DE LOS DESTINOS

14. POLÍTICA DE FORTALECIMIENTO Y DIVERSIFICACIÓN DE CENTROS URBANOS

ESTRATEGIAS	ACTORES
<p>A. Consolidar la posición de San Salvador como destino autónomo y como centro de distribución turística.</p> <p>B. Consolidar la posición de San Miguel y Santa Ana como sub-centros de distribución turística.</p> <p>C. Fortalecer los centros urbanos complementarios.</p>	<p>Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Instituto Salvadoreño de Turismo, Ministerio de Gobernación, Ministerio de Economía, Ministerio de Educación, Ministerio de Obras Públicas, Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Ministerio de Salud, Secretaría de Cultura, POLITUR, Agencia de Promoción de Exportaciones e Inversiones de El Salvador, Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local, Subsecretaría de Desarrollo Territorial y Descentralización, Gobiernos Municipales, organizaciones internacionales, ONG, asociaciones Cámara Salvadoreña de Turismo, gremiales, Buró de Visitantes y Convenciones.</p>

15. POLÍTICA DE FORTALECIMIENTO Y DIVERSIFICACIÓN DE LOCALIDADES TURÍSTICAS TRADICIONALES Y RURALES

ESTRATEGIAS	ACTORES
<p>A. Fortalecer la estrategia transversal de Pueblos Vivos.</p> <p>B. Fortalecer y diversificar la oferta de las localidades tradicionales desarrolladas.</p> <p>C. Impulsar las localidades tradicionales y rurales en desarrollo.</p> <p>D. Detonar el desarrollo de las localidades tradicionales y rurales complementarias.</p>	<p>Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Instituto Salvadoreño de Turismo, Ministerio de Gobernación, Ministerio de Economía, Ministerio de Educación, Ministerio de Obras Públicas, Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Ministerio de Trabajo y Previsión Social, Ministerio de Salud, Secretaría de Cultura, Ministerio de Agricultura y Ganadería, Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local, Fondo de Desarrollo Productivo, Comisión Nacional para la Micro y Pequeña Empresa, Mesa Nacional de Turismo Rural Comunitario, Subsecretaría de Desarrollo Territorial y Descentralización, Gobiernos Municipales, Cámara Salvadoreña de Turismo, gremiales, Buró de Visitantes y Convenciones, Comités de Desarrollo Turístico, Organizaciones de la sociedad civil, empresas.</p>

16. POLÍTICA DE DESARROLLO, DIFERENCIACIÓN Y DIVERSIFICACIÓN DE LOS DESTINOS DE LA FRANJA COSTERA

ESTRATEGIAS	ACTORES
<p>A. Diferenciar y diversificar los centros de playa. B. Fortalecer y diferenciar las ciudades puerto. C. Fortalecer y diferenciar las islas salvadoreñas.</p>	<p>Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Instituto Salvadoreño de Turismo, Ministerio de Gobernación, Ministerio de Economía, Ministerio de Educación, Ministerio de Obras Públicas, Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Secretaría de Cultura, Subsecretaría de Desarrollo Territorial y Descentralización, Mesa Nacional de Turismo Rural Comunitario, Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local, Fondo de Desarrollo Productivo, Comisión Nacional para la Micro y Pequeña Empresa, Gobiernos Municipales, Cámara Salvadoreña de Turismo, gremiales, Buró de Visitantes y Convenciones, Comités de Desarrollo Turístico, Organizaciones de la sociedad civil, empresas.</p>

17. POLÍTICA DE DISEÑO AMBIENTAL DE LAS LOCALIDADES TURÍSTICAS

ESTRATEGIAS	ACTORES
<p>A. Mejorar el paisaje urbano de los destinos. B. Mejorar la movilidad interna de los destinos. C. Mejorar los servicios e infraestructura de soporte de los destinos.</p>	<p>Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Instituto Salvadoreño de Turismo, Ministerio de Gobernación, Ministerio de Economía, Ministerio de Educación, Ministerio de Obras Públicas, Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Ministerio de Trabajo y Bienestar Social, Ministerio de Salud, Secretaría de Cultura, Agencia de Promoción de Exportaciones e Inversiones de El Salvador, Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local, Fondo de Desarrollo Productivo, Comisión Nacional para la Micro y Pequeña Empresa, Viceministerio de Obras Públicas, Gobiernos Municipales, Cámara Salvadoreña de Turismo, gremiales, Comités de Desarrollo Turístico, Organizaciones de la sociedad civil, empresas .</p>

14. POLÍTICA DE FORTALECIMIENTO Y DIVERSIFICACIÓN DE CENTROS URBANOS

La actividad económica, política y cultural de los centros urbanos, su nivel de infraestructura y servicios, su influencia en el territorio y su función como emisores de turistas nacionales, les confieren una posición estratégica en espacio turístico nacional.

Muchos de los centros urbanos de El Salvador son capitales departamentales por lo que actúan también como centros políticos de influencia regional, además de que por su peso demográfico o económico, despliegan actividades productivas no turísticas que será necesario reconocer e integrar a las estrategias que complementen la actividad turística de sus regiones de influencia. Están conectadas por carreteras pavimentadas y cuentan con servicios públicos.

En general la población de los centros urbanos presentan una mezcla entre urbana y rural, que pueden ser considerados como consumidores potenciales del turismo nacional.

Los centros urbanos pueden funcionar como proveedores de insumos para la realización de actividades turísticas en sus regiones de influencia, como destinos autónomos, como puntos de partida para realizar recorridos turísticos, puntos de enlace en la realización de recorridos, o como soporte para la actividad turística en sus alrededores.

Estrategias para el fortalecimiento y diversificación de centros urbanos

A. Consolidar la posición de San Salvador como destino autónomo y como centro de distribución turística.

B. Consolidar la posición de San Miguel y Santa Ana como sub-centros de distribución turística.

C. Fortalecer los centros urbanos complementarios.

A. CONSOLIDAR LA POSICIÓN DE SAN SALVADOR COMO DESTINO AUTÓNOMO Y COMO CENTRO DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

San Salvador es el centro urbano más influyente del país en términos turísticos, tanto por su capacidad instalada, como por su dinámica de operación y su posicionamiento frente a la demanda, como por ser el principal emisor de turistas y excursionistas nacionales y punto de partida para la realización de excursiones hacia otros destinos del país. La zona metropolitana está conformada por los municipios de Antiguo Cuscatlán, San Salvador, Santa Tecla, Ilopango, Mejicanos, San Marcos, Soyapango.

El fortalecimiento de San Salvador como centro de distribución es determinante en la estrategia geográfica del país y su consolidación requiere de la participación de diversos actores, así como el impulso a de diversas líneas de producto relacionadas con los mercados afines a la ciudad:

Congresos y Convenciones San Salvador es un destino sólido para el desarrollo de congresos y convenciones, que permiten fortalecer su posición y equilibrar la temporalidad. Para incrementar los beneficios de este segmento en el ámbito territorial, se proponen programas de visita

a otros sitios atractivos para los tiempos disponibles y el esparcimiento de acompañantes.

TOURING San Salvador como lugar de pernocta y recepción de vuelos internacionales para los viajeros que recorren diversos destinos de la región centroamericana y el país, y como punto de inicio para recorridos del mercado nacional. El fortalecimiento de las actividades de esparcimiento en la ciudad misma es fundamental para aumentar la competitividad del país, y la distribución de información sobre las alternativas que ofrece el territorio, promoverán la movilidad de los viajeros hacia otros destinos del país.

NEGOCIOS INDEPENDIENTES Y VIAJES DE COMPARAS Permiten sostener a la hotelería local, los servicios de alimentos y bebidas, los establecimientos de venta de productos locales y de entretenimiento. Para incrementar los beneficios de éste segmento, se fomentará la creación de ofertas para promover el acompañamiento y aumentar la estadía, así como la promoción de la movilidad a otros sitios atractivos para los tiempos disponibles de éste segmento.

CULTURA La diversidad de oferta cultural y de entretenimiento relacionadas con la historia del país y la cultura contemporánea, hacen de San Salvador un destino atractivo y visitable para turistas nacionales y salvadoreños en el exterior.

Las principales oportunidades de inversión identificadas para San Salvador son:

B. CONSOLIDAR LA POSICIÓN DE SAN MIGUEL Y SANTA ANA COMO SUB-CENTROS DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

Los sub-centros de distribución son centros urbanos que inciden en el desarrollo turístico de sus regiones de influencia. El tamaño de su población, los convierte en emisores de turistas nacionales.

Tienen capacidad para recibir visitantes de segmentos específicos y ser punto de

Fortalecimiento del centro de convenciones y eventos
Hoteles de lujo y boutique en la ciudad y alrededores
Spa's y centros de wellness
Restaurantes especializados con entretenimiento
Entretenimiento y vida nocturna
Tiendas especializadas
Parques temáticos

Las líneas de acción para fortalecer la posición de San Salvador como destino autónomo y centro de distribución turística son:

- Diseñar propuestas creativas que generen diferenciación sustancial de los barrios que conforman la zona conurbada de El Salvador.
- Revitalización del Centro Histórico de San Salvador.
- Fortalecer el desarrollo de festivales locales para captar la atención de visitantes nacionales e internacionales.
- Fomentar la realización de congresos y convenciones.
- Identificar y apoyar la instrumentación de proyectos prioritarios.
- Promover el desarrollo de excursiones internas y hacia otros destinos con tour operadores y transportistas.
- Diseñar e implementar proyectos y programas de acuerdo a las estrategias de la política de diseño ambiental.
- Impulsar el desarrollo de proyectos culturales.

partida hacia los destinos y sitios de excursión en sus áreas de influencia, al mismo tiempo que se desempeñan como centros comerciales y logísticos para la proveeduría de los insumos requeridos para la operación de la actividad turística.

Los sub-centros de distribución fortalecen la integración y operatividad del sistema turístico del país, así como el desarrollo local y regional, promoviendo la conectividad de los destinos en sus áreas de influencia con sus mercados objetivo. Por el tamaño de su población, su posición

geográfica, logística, y nivel de influencia turística, se identifican dos sub-centros de distribución en El Salvador: San Miguel en Oriente y Santa Ana en Occidente.

Sub-centro	Importancia	Función en el sistema
San Miguel	Es el centro poblacional y logístico más importante del oriente del país, así como un importante emisor de turistas y excursionistas nacionales	Es un importante centro de pernocta para viajeros de negocios y tiene capacidad para recibir congresos y convenciones y turismo médico del occidente del país y Honduras y funciona como centro proveeduría para los destinos turísticos del occidente del país.
Santa Ana	Es el centro poblacional y logístico más importante del occidente del país, así como un importante emisor de turistas y excursionistas nacionales	Es un importante centro de pernocta para viajeros de negocios y tiene capacidad para recibir congresos y convenciones y funciona como centro proveeduría para los destinos turísticos del occidente del país.

Las líneas de acción para consolidar a Santa Ana y San Miguel como sub-centros de distribución turística son:

- Revitalización de los centros históricos.
- Fortalecer el desarrollo de festivales locales para captar la atención de visitantes nacionales e internacionales.
- Fomentar la realización de congresos y convenciones pequeñas y medianas.
- Identificar y apoyar la instrumentación de proyectos prioritarios.
- Promover el desarrollo de excursiones internas y hacia otros destinos con tour operadores y transportistas.
- Fortalecer las conexiones comerciales de los sub-centros de distribución para la integración turística regional.
- Diseñar e implementar proyectos y programas de acuerdo a las estrategias de la política de diseño ambiental.
- Mejorar e incrementar la infraestructura hotelera, restaurantera y actividades recreativas.
- Promover la operación de excursiones partiendo de los sub-centros de distribución.
- Promover el involucramiento de las comunidades receptoras en la prestación de servicios turísticos.

C. FORTALECER LOS CENTROS URBANOS COMPLEMENTARIOS

Los centros urbanos complementarios son localidades cuya vocación y principales oportunidades de desarrollo están vinculadas con otros sectores y actividades distintas al turismo, sin embargo, debido al tamaño de su población, a su posición geográfica en relación a los destinos turísticos dentro de sus zonas de influencia y su oferta comercial, reciben flujos de visitantes, principalmente familiares y

amigos y comerciantes del mercado nacional y en menor medida turistas de otros segmentos nacionales e internacionales que requieren hacer uso de sus servicios urbanos o están en tránsito hacia destinos turísticos cercanos.

Estos centros forman parte de los sistemas turísticos actuando principalmente como proveedores de insumos requeridos para la actividad turística en las localidades dentro

de sus áreas de influencia, así como centros de soporte para la proveeduría de servicios urbanos.

En el largo plazo, los centros urbanos complementarios tienen la posibilidad de desarrollarse como sub-centros de distribución o destinos turísticos a partir del desarrollo de su oferta basada en su patrimonio cultural y sus principales actividades productivas.

El fortalecimiento turístico de los centros urbanos complementarios, implica su consolidación como centros de proveeduría así como el desarrollo de actividades lúdicas, culturales y comerciales enfocadas hacia las comunidades locales que promuevan el desarrollo de la oferta local.

Las líneas de acción para consolidar los centros urbanos complementarios son:

- Revitalización de los centros históricos.
- Fortalecer el desarrollo de festivales locales para captar la atención de visitantes nacionales e internacionales.
- Fomentar la realización de congresos y convenciones pequeñas y medianas relacionadas con las actividades productivas locales.
- Fortalecer las conexiones comerciales para la integración a los sistemas turísticos.
- Diseñar e implementar proyectos y programas de acuerdo a las estrategias de la política de diseño ambiental.
- Mejorar e incrementar la infraestructura hotelera, restaurantera y actividades recreativas.
- Promover el involucramiento de las comunidades receptoras en la prestación de servicios turísticos.

15. POLÍTICA DE FORTALECIMIENTO Y DIVERSIFICACIÓN DE LOCALIDADES TURÍSTICAS TRADICIONALES Y RURALES

La evolución motivacional de la demanda turística y la búsqueda de destinos más auténticos, así como las iniciativas sociales y comunitarias que reconocen el turismo como instrumento de desarrollo, han favorecido la aparición de un nuevo modelo turístico basado en la oferta de nuevos alojamientos y actividades mediante la recuperación del patrimonio y el estilo de vida tradicional, el acercamiento con la tierra, la naturaleza, la arquitectura popular, la gastronomía y el acercamiento con el campo, la tierra y el estilo de vida rural, provocando una revalorización del campo tanto por la población urbana como rural, a través de la inclusión social, el cuidado del medio ambiente y la creación de experiencias diferenciadas de alto valor.

El fortalecimiento, diversificación y orientación de mercado de las localidades

turísticas tradicionales y rurales, generará mayores flujos de visitantes, promoviendo una reacción en cadena que aumente la visita a los destinos cercanos por parte de los mercados nacionales e internacionales a un mayor número de destinos.

Estrategias para el fortalecimiento y diversificación de localidades turísticas tradicionales y rurales

- A. Fortalecer la estrategia transversal de Pueblos Vivos.
- B. Fortalecer y diversificar la oferta de las localidades tradicionales desarrolladas.
- C. Impulsar las localidades tradicionales y rurales en desarrollo.
- D. Detonar el desarrollo de las localidades tradicionales y rurales complementarias.

A. FORTALECER LA ESTRATEGIA TRANSVERSAL DE PUEBLOS VIVOS

La estrategia de Pueblos Vivos tiene la finalidad de fomentar acciones para poner en valor turístico la identidad, costumbres y valores autóctonos de las localidades salvadoreñas, presentando su oferta de forma innovadora, competitiva y sostenible; a través de la creación de nuevas fuentes de empleo e ingresos; del redescubrimiento y rescate de la identidad y orgullo de ser salvadoreños; de la valorización, aprovechamiento y disfrute de los recursos naturales y culturales, así como la contribución a la protección del medio ambiente natural y cultural.

La estrategia se orienta a convertir a los actores locales en protagonistas del desarrollo de sus comunidades, aprovechando sus iniciativas particulares para incorporarlas a la planificación y articulación de los destinos y así optimizar las inversiones públicas y colectivas a través de un proceso de intercambio de conocimientos y asesoría técnica, identificando acciones que posibilitan un mayor y mejor impacto del turismo en el corto, mediano y largo plazos.

El enfoque de Pueblos Vivos establece una correlación entre la conceptualización de la familia; el desarrollo de iniciativas productivas de la micro, pequeñas y medianas empresas y en el área rural; y la alta movilidad de los salvadoreños que han cambiado de residencia, tanto dentro del país como hacia otros lugares del mundo.

En cuanto al turismo interno, detonador del desarrollo local, se establecen mecanismos para impulsar la movilidad interna desde las principales áreas urbanas hacia las poblaciones de los alrededores, y entre las poblaciones medianas y pequeñas; así mismo, se establece mecanismos para la atracción y atención de los salvadoreños en el exterior, quienes tienen un vínculo particular con sus lugares de origen y la historia de sus pueblos.

La articulación de los esfuerzos de desarrollo local, estimula la participación de diversas instancias del gobierno nacional que inciden en el desarrollo del turismo, los gobiernos municipales, las organizaciones civiles y las comunidades locales, quienes con sus actividades, obras y proyectos contribuyen a convertir las localidades en destinos atractivos, limpios y ordenados que contribuyen a mejorar la calidad de vida de la población salvadoreña.

Así mismo, propicia el intercambio de experiencias y conocimientos a través de eventos nacionales y regionales en los que participan las comunidades receptoras, convocadas por los comités de desarrollo local, los gobiernos municipales, las organizaciones civiles y los técnicos de los Centros de Amigos del Turista adscritos a CORSATUR, que han sido creados como promotores de la descentralización y la vinculación con el territorio.

Los Pueblos Vivos con mayor desarrollo, tienen el potencial para posicionarse como Pueblos Encantadores, convirtiéndose en modelos de desarrollo turístico sostenible y de calidad, para lo cual se han establecido una serie de criterios, entre los cuales se encuentran:

- su infraestructura
- su capacidad de alojamiento
- su oferta gastronómica
- su calidad artesanal
- su patrimonio cultural y natural
- la estructuración de iniciativas y esfuerzos locales en pro del turismo
- la voluntad y preparación del recurso humano para generar experiencias significativas y recordables

La incorporación y participación de las localidades tradicionales y rurales en la estrategia Pueblos Vivos, promueve la vitalidad cultural de sus comunidades y su desarrollo sostenible a partir del reconocimiento y valoración de la acción civil y comunitaria.

Las líneas de acción para fortalecer la estrategia de Pueblos Vivos son:

- Promover la participación de los actores locales en el desarrollo turístico de las localidades
- Promover la movilidad del turismo nacional e internacional hacia los Pueblos Vivos.
- Promover el desarrollo de festivales gastronómicos y artesanales que pongan en valor los recursos culturales de las comunidades.
- Fortalecer la feria nacional de Pueblos Vivos.
- Realizar eventos y muestras artesanales y gastronómicas intrarregionales que faciliten la integración de los actores.

ESTRATEGIA PUEBLOS VIVOS



B. FORTALECER Y DIVERSIFICAR LA OFERTA DE LAS LOCALIDADES TRADICIONALES DESARROLLADAS

Las localidades tradicionales desarrolladas son centros turísticos que cuentan con oferta turística de hospedaje, opciones gastronómicas, artesanías y actividades, así como arquitectura vernácula, edificaciones históricas e infraestructura de soporte, siendo reconocidos por los tour operadores y las guías turísticas como los más recomendables para visitar.

Estos destinos juegan un rol importante para atraer visitantes de segmentos relacionados con la cultura y pueden ser puntos de partida o paradas estratégicas en la visita de áreas naturales o zonas arqueológicas durante los recorridos turísticos, pues además de contar con infraestructura y servicios, gozan de un ambiente acogedor y actividades relacionadas con el patrimonio local.

Las líneas de acción para fortalecer y diversificar la oferta de las localidades tradicionales desarrolladas son:

- Establecer mecanismos y sistemas de control y manejo de visitantes.
- Propiciar el desarrollo de actividades alternativas en lugares estratégicos para promover la sustentabilidad de los destinos.

- Fomentar el desarrollo de la gastronomía local y restaurantes con concepto.
- Revitalización y puesta en valor de espacios de convivencia para ofrecer combinación de actividades recreativas, culturales y artísticas.
- Desarrollar talleres y galerías artesanales y culturales en principales zonas turísticas.
- Impulsar iniciativas de escenificación y animación cultural.
- Promover la realización de eventos especiales (científicos, artísticos, académicos y culturales).
- Desarrollar líneas de productos de recuerdos (souvenir y artesanías).
- Promover la producción, exposición y venta de productos locales: agrícolas, floricultura, artesanales y gastronómicos.
- Recopilar, publicar y difundir historias y leyendas locales.
- Fomentar representaciones y exposiciones de artistas y productores locales para las comunidades y los turistas.

C. IMPULSAR LAS LOCALIDADES TRADICIONALES Y RURALES EN DESARROLLO

Las localidades tradicionales y rurales pueden ser integrados en paquetes y rutas y están en una etapa en la que las inversiones en promoción tendrán mayor impacto.

Las localidades tradicionales y rurales en desarrollo cuentan con una incipiente oferta turística, con accesibilidad a servicios de hospedaje y de alimentos y bebidas. Cuentan con atractivos arquitectónicos o paisajísticos y tienen el potencial para convertirse en destinos turísticos a partir del fortalecimiento de su oferta, infraestructura y servicios. Estas localidades funcionan principalmente como

sitios de excursión para mercados de corta distancia, y se nutren principalmente del mercado nacional.

Pueden funcionar como centros turísticos autónomos, sin embargo, por su baja capacidad de hospedaje, se vinculan con otros centros turísticos cercanos con mayor oferta como centros de pernocta para incrementar el flujo de excursionistas durante el día.

Algunas localidades dentro de esta categoría, promueven modelos de turismo rural comunitario, en donde pueblos

indígenas, familias campesinas, pescadores, artesanos y otros sectores participan a través de sus distintas estructuras organizativas de carácter individual o colectivo, ejerciendo un papel protagónico en el desarrollo, gestión y control del turismo, así como en la distribución de sus beneficios.

En este tipo de localidades, el turismo no sustituye a las actividades productivas tradicionales, sino que representa una oportunidad para ampliar y diversificar las opciones productivas de las comunidades y complementar las economías de familias.

Las líneas de acción para impulsar el desarrollo de las localidades tradicionales y rurales en desarrollo son:

- Establecer mecanismos de interpretación y señalización en los principales puntos turísticos.
- Promover la incorporación de tiendas y otras MIPYMES locales a la prestación de servicios turísticos.
- Promover el desarrollo de oferta gastronómica tradicional.

- Fomentar las vinculaciones locales de campesinos, pescadores, tour-operadores, restaurantes y otros actores locales para mejorar oferta promover la inclusión.
- Incentivar el desarrollo de infraestructura a partir de las capacidades de organización local y capital humano local.
- Promover la participación local en iniciativas ambientales locales (recolección de basura, reforestación).
- Promover la inversión del gobierno nacional y los Gobiernos Municipales en servicios básicos.
- Promover la implementación de proyectos de tecnologías alternativas y ecotécnicas (energía solar, captación de agua, composta, permacultura).
- Fomentar la inversión privada y social en proyectos de turismo rural comunitario con la participación de las comunidades receptoras.
- Promover las localidades tradicionales y rurales como punto de partida para recorridos a las áreas naturales y zonas arqueológicas.

D. DETONAR EL DESARROLLO DE LAS LOCALIDADES TRADICIONALES Y RURALES COMPLEMENTARIAS

Las localidades tradicionales y rurales complementarias no cuentan con infraestructura de alojamiento, y tienen limitada oferta turística, por lo que solo funcionan como sitios de excursión o para la recepción de familiares y amigos. En general son pequeñas comunidades que requieren apoyos de arranque para su desarrollo, y cuya fragilidad hace necesario que los proyectos y programas que se implementen consideren una alta sensibilidad social, respeten los puntos de vista locales, incluyan a toda la comunidad, contemplen las actividades productivas tradicionales y no generen sobre-expectativas en términos de sus oportunidades de desarrollo.

Las líneas de acción para detonar el desarrollo de las localidades tradicionales y rurales complementarias son:

- Generar modelos de intervención sensibles y respetuosos para la implementación de proyectos.
- Promover la creación de alternativas de alimentos y bebidas básicos
- Incorporar a las tiendas y comercios locales existentes.
- Fomentar el desarrollo de recorridos de senderismo y ciclismo.

REGIONES COSTERAS Y ELEMENTOS DE DIFERENCIACIÓN

Región	Accesibilidad, desarrollo turístico y principales destinos	Elementos diferenciadores	Orientación de mercado Actividades emblemáticas
A. Planicie Costera de Occidente Frontera de Guatemala – Punta Remedios	Accesibilidad carretera limitada Bajo nivel de servicios turísticos, principalmente hacia la frontera de Guatemala, disponibilidad Segundas residencias y recepción de cruceros. Principales destinos: Ciudad Puerto de Acajutla (Cruceros) Playa Salinitas (Hotel Decameron)	Playas extendidas intercaladas por estuarios que forman lagunas costeras con grandes extensiones de manglares. Vista paisajística a la cordillera montañosa de occidente. En la sección de punta remedios una terraza extendida dentro del mar que constituye un arrecife rocoso con parches de coral. Temperaturas del agua de 28º y transparencia de más de 10 metros.	Mercado nacional de segunda residencia. Segunda residencia, sol y playa para descanso. Recepción de cruceros .
B. Costa Acanalada de la Cordillera del Bálsamo Punta Remedios – La Libertad	Excelente accesibilidad carretera. Zona de playa más desarrollada del país. Desarrollo turístico a gran escala. La Libertad El Tunco El Sunzal	Farallones, terrazas y ensenadas formadas por las estrías de la sierra, con alturas que van desde los 10 a 50 metros de altitud sobre el nivel medio del mar. Cambios abruptos de profundidad en los primeros 50 metros de fondo marino donde es común encontrar paredes verticales de sustrato rocoso de 100 metros o más de profundidad. La orientación del país, las corrientes marinas, los farallones, terrazas y ensenadas, generan olas de nivel mundial para la práctica del surf.	Mercado nacional e internacional masivo. Surf, pesca deportiva y entretenimiento nocturno.
C. Planicie Costera Central La Libertad – Isla Montecristo	Excelente accesibilidad carretera a Costa del Sol con cercanía estratégica al Aeropuerto Internacional y nivel de infraestructura turística que requiere revitalización con nuevas tendencias. Costa del Sol	Playas extendidas, estuarios de ríos de gran caudal. En sus inmediaciones, alrededor de 30 km de la línea de costa, se localizan varios volcanes activos de recientes formación.	Mercado nacional e internacional. Actividades recreativas, deportivas y de descanso.
D. Bahía de Jiquilisco Isla Montecristo – Playa El Espino	Accesibilidad carretera y nivel de infraestructura y servicios limitados entre Isla Montecristo y Bahía Jiquilisco . Se requiere incrementar las iniciativas e infraestructura de turismo sustentable. Bahía de Jiquilisco Puerto El Triunfo Puerto Parada	Lagunas costeras de grandes extensiones principalmente moldeadas por la marea, de aguas salobres y de gran importancia socioeconómica y ambiental, la bahía de Jiquilisco, poseen barras de arena en su frontera con el mar entre 25 y 50 km de longitud, espejos de agua entre 100 y 200 km2, y grandes extensiones de bosques salados y humedales en su radio de influencia.	Mercado nacional e internacional. Pesca deportiva y artesanal, paseos panorámicos y de avistamiento de aves.
E. Costa Acanalada asociada a la Sierra de Jucuarán Playa El Espino – Playa El Cuco	Accesibilidad carretera intermedia. Desarrollos turísticos especializados, con un enfoque Premium. Playa El Espino Las Flores El Cuco	Farallones y terrazas con alturas mayores a 25 m de altitud sobre el nivel medio del mar. Las terrazas rocosas penetran al mar formando un sustrato rocoso que es aprovechado por especies de importancia comercial como las ostras. Además, suele ser refugio de variedad de peces de forma similar a lo observado en las terrazas marinas de punta Remedios. Donde se ubican importantes playas de surf, así como sitios ideales para el desarrollo de marinas y embarcaderos turísticos que permitan el desarrollo de actividades.	Mercado nacional e internacional de nichos. Surf, pesca deportiva y buceo, sol y playa para descanso.
F. Planicie Costera Oriental Playa el Cuco – Punta Tamarindo	Accesibilidad carretera intermedia. Infraestructura y servicios intermedios, principalmente enfocado en opciones de alimentación y bebidas y pocas opciones de alojamiento. El Icacal Las Flores Playa Jagüey	Se caracteriza por playas extendidas, estuarios de ríos de caudal medio y pequeñas ensenadas en su sector oriental. Dentro de la franja costera de 20 km se localizan volcanes de reciente formación y activos. Son playas poco desarrolladas turísticamente, pero con mucho potencial.	Mercado nacional, principalmente de su región de influencia. Buceo, pesca deportiva y velerismo.
G. Costa del Golfo de Fonseca Punta Tamarindo – Estuario del Río Goascorán	Accesibilidad terrestre intermedia Conectividad marítima con Nicaragua Disponibilidad de oferta turística local y comunitaria hacia turismo de naturaleza, tradicional y de pesca artesanal. La Unión (Cruceros y cruce del golfo) Islas: Zacatillo, Meanguera del Golfo y Zacatillo	Entre punta Amapala o se caracteriza por una ensenada, el Volcán Conchagua, la bahía de La Unión, el estuario del río Goascorán, es dominado por el volcán Conchagua y las extensiones de bosques salados, así como las islas de origen volcánico que representan una oportunidad para el desarrollo turístico. Este sistema biótico, compartido con Honduras y Nicaragua, es de gran belleza escénica y biótica, lo que representa una oportunidad para establecer convenios trinacionales.	Mercado nacional e internacional. Tours a las islas del Golfo, pesca artesanal, cruce del golfo.

A. DIFERENCIAR Y DIVERSIFICAR LOS CENTROS DE PLAYA

El mercado nacional orientado al ocio y la recreación, es principal dinamizador del desarrollo turístico costero, mientras que para el mercado internacional, el principal elemento diferenciador del país está relacionado con la práctica del surf.

Los centros turísticos de playa más consolidados se encuentran concentrados en la región central del país, mientras que las playas del extremo occidente y la Región Oriental presentan un nivel de desarrollo turístico menos intensivo, brindándoles la posibilidad de promover un desarrollo más especializado y sustentable por medio de la incorporación de nuevas tendencias y principios de diseño sostenible en la implementación de proyectos de inversión.

Las playas con mejores condiciones para la práctica del surf, están ubicadas en Costa acantilada de la Cordillera del Bálsamo y en la Costa acantilada asociada a la Sierra de Jucuarán, y deben consolidar su oferta en

este segmento y aprovechar su ventaja competitiva respecto a las playas de Guatemala, Nicaragua y el Caribe.

Por otro lado, el fortalecimiento, diversificación y diferenciación de los destinos de playa en las regiones costeras en donde las condiciones no son óptimas para la práctica del Surf, deben orientarse a partir de las condiciones de las regiones costeras a las que pertenecen, promoviendo su desarrollo hacia actividades alternativas enfocadas hacia los distintos segmentos y nichos de mercado nacionales e internacionales afines, promoviendo la conservación y restauración de los ecosistemas característicos de sus regiones.

De acuerdo a su nivel de desarrollo, se contemplan tres niveles de clasificación para los destinos de playa:

Tipología	Características	Principales centros de playa
Centros de playa desarrollados	Alta concentración de infraestructura, servicios y actividades turísticas, están posicionados en sus mercados objetivo y reciben grandes flujos de turistas.	La Libertad, El Zonte, Costa del Sol, El Tunco, El Sunzal, El Palmarcito.
Centros de playa especializados o en desarrollo	Cuentan con infraestructura, servicios y actividades turísticas y posicionamiento intermedio en sus mercados objetivo y reciben visitantes	El Icacal, Las Flores, Acajutla, El Cuco, Playa El Espino, Playa El Esterón, El Tamarindo, Las Tunas, Los Cóbano.
Sitios de playa complementarios	Cuentan con limitada infraestructura, servicios y actividades turísticas y tienen un bajo posicionamiento en sus mercados objetivo, requieren integrarse con otros destinos turísticos para promover los flujos de visitantes.	Se identificarán con base en: la cercanía a centros turísticos, el interés de inversionistas locales, nacionales e internacionales, la voluntad de las comunidades locales para el desarrollo turístico.

Las líneas de acción para fortalecer, diferenciar y diversificar los centros de playa son:

- Buscar alianzas y mecanismos de financiamiento para generar infraestructura turística adecuada y sostenible.
- Desarrollar programas de manejo turístico sustentable de las áreas y zonas turísticas de playa, particularmente en asuntos de manejo de aguas residuales.
- Promover la creación de iniciativas ciudadanas que contemplen acciones de conservación y protección a la vida silvestre y limpieza de playas, esteros y manglares.
- Promover el desarrollo de productos turísticos complementarios y especializados en centros de playa.
- Impulsar el fortalecimiento de capacidades de los prestadores de servicios turísticos especializados en actividades acuáticas.
- Desarrollar eventos turísticos recreativos, culturales y deportivos que fortalezcan el liderazgo en la actividad del surf en mercados nacionales e internacionales.

- Promover la integración de los centros de playa a partir de su vocación en los circuitos nacionales y regionales para fortalecer su operación y comercialización en los mercados nacionales.
- Desarrollar programas para promover el surf, la pesca deportiva y artesanal y actividades relacionadas con la naturaleza entre las comunidades receptoras.
- Promover la cooperación internacional para el desarrollo de proyectos que impulsen la sustentabilidad de los centros de playa.
- Realizar inversiones en infraestructura tales como senderos peatonales, malecones, muelles, embarcaderos, mercados artesanales, miradores paisajísticos, centros de visitantes y puntos de observación de fauna que posibiliten futuras inversiones privadas en alojamiento y otros servicios turísticos.



B. FORTALECER Y DIFERENCIAR LAS CIUDADES PUERTO

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (OMT), las características de la actividad turística y comercial que se desarrollan a partir de la llegada de cruceros, facilitan la generación de experiencias significativas y obligan a desarrollar productos diferenciados debido a que la atención al crucerista enfrenta retos específicos, tales como:

La exigencia de contar con experiencias significativas que puedan ser disfrutadas en el escaso tiempo que

permanecen los cruceristas en los destinos.

La presión que se genera para diferenciar a los puertos que se visitan en un mismo itinerario de viaje.

La necesidad de establecer alianzas con otros destinos de la región para complementar la oferta regional.

En este sentido, las ciudades puerto de Acajutla y La Unión, con capacidad para la recepción de cruceros, representan destinos

estratégicos para el desarrollo turístico de El Salvador.

Los puertos de Acajutla y La Unión están diseñados para funcionar principalmente como centros logísticos para el transporte de carga y el intercambio comercial a nivel internacional, por lo que los flujos de carga y comerciales forman parte de su personalidad, sus actividades y su funcionamiento urbano y deben ser tomados en cuenta para el diseño de los productos e infraestructuras turísticas que se desarrollen a partir de estos espacios.

Los viajes en crucero son una modalidad que permite a los turistas conocer varios sitios e identificar aquellos a los que desearía regresar en el futuro, por lo que el fortalecimiento y diferenciación de los puertos salvadoreños a partir de la marca país y sus elementos identitarios, deben ser incorporados en los proyectos de inversión y comercialización enfocados en la atención de cruceros.

Para generar una diferenciación competitiva de los puertos, es fundamental utilizar los temas significativos de cada ciudad puerto para dar sentido al desarrollo de actividades y productos propios y representativos, que identifiquen claramente al destino, capitalizando la herencia cultural que representan las actividades logísticas, comerciales y pesqueras para las poblaciones locales, en términos históricos, sociales, culturales y geográficos.

C. FORTALECER Y DIFERENCIAR LAS ISLAS SALVADOREÑAS

Las islas del Golfo de Fonseca conforman un sistema con alto potencial para el desarrollo turístico por su riqueza paisajística, así como la autenticidad de su oferta a partir de la incorporación de las comunidades tradicionales, que permiten la posibilidad de aprendizaje sobre los recursos marinos, las actividades tradicionales y la convivencia de los visitantes.

Las características de las zonas costeras en las que se ubican las ciudades puerto, incluyendo los paisajes, las características geográficas y ambientales, y las actividades turísticas que se desarrollan en sus alrededores, también forman parte de sus elementos de diferenciación, por lo que el enfoque hacia estas características en el diseño de la infraestructura portuaria y urbana fortalece las estrategias de fortalecimiento y diferenciación.

Tomando en cuenta que los cruceristas viajan principalmente con personas significativas con quienes comparten la experiencia y buscan actividades que los acerquen y que satisfagan al grupo en su conjunto, es necesario promover el desarrollo de productos y servicios enfocados en la atención de grupos con distintos intereses y orientaciones.

Las líneas de acción para fortalecer y diferenciar las ciudades puerto son:

- Diseñar productos y servicios turísticos que tomen en cuenta la vocación comercial de los puertos.
- Identificar y potencializar las características diferenciadoras de las ciudades puerto y sus zonas de influencia.
- Fomentar la inversión en infraestructura urbana alineada con la política de diseño urbano de los destinos.

Para fortalecer la oferta y lograr el desarrollo competitivo y armónico de las islas, se han identificado como los siguientes factores:

Coordinación y logística, fortaleciendo la capacidad de vinculación y articulación de los actores locales.

Desarrollo de recursos humanos en términos de la capacidad técnica y emocional.

Animación cultural en diversas fórmulas que se vinculan con las actividades productivas y culturales de los isleños.

Impulso a negocios estratégicos que sean rentables, distributivos y responsables, particularmente relacionados con hospedaje, alimentos y bebidas, guías turísticos y producción de artesanías.

Equipamiento público y turístico que incluye la construcción de muelles, y el mejoramiento de sanitarios, sombras, y transportación turística.

Desarrollo de infraestructura y servicios públicos, particularmente de telecomunicaciones, agua para consumo y riego, manejo de aguas negras y grises, manejo de residuos sólidos.

Promoción y mercadeo para motivar la visita y el consumo de los mercados objetivo.

En primera instancia, la oferta de tours de las islas se desarrolla y ofrece para los vecinos del departamento de la Unión. Esto no sólo genera ingresos a los isleños, sino un

mayor conocimiento del patrimonio local y opciones de entretenimiento sano para las comunidades. Así mismo, la visita a las islas complementa la oferta para los viajeros que llegan incorporados a los circuitos de Centroamérica que cruzan por el Golfo entre El Salvador y Nicaragua, aumentando su gasto, satisfacción y recomendación.

Las líneas de acción para fortalecer y diferenciar las islas salvadoreñas son:

- Implementar programas de entrenamiento y asistencia técnica.
- Elaborar material didáctico.
- Apoyar el equipamiento de MIPYMES estratégicas.
- Fortalecer la infraestructura y servicios públicos, particularmente de telecomunicaciones, agua para consumo y riego, manejo de aguas negras y grises, manejo de residuos sólidos.
- Diseñar programas de fortalecimiento de tours por las islas, pesca artesanal, paseos ecológicos por el bosque salado, tours por los pueblos, calendarios de eventos y festividades culturales.
- Establecer alianzas con tour operadores que integren viajes con otros destinos de El Salvador y Centroamérica.

17. POLÍTICA DE DISEÑO AMBIENTAL DE LAS LOCALIDADES TURÍSTICAS

El medio ambiente, se relaciona con los elementos físicos con los que interactúan las personas en un espacio determinado, incluyendo tanto los elementos naturales como los construidos por el hombre.

El diseño ambiental en los destinos turísticos de El Salvador está orientado a interpretar la forma y el espacio público de las localidades con criterios físicos, estéticos y funcionales y está vinculado con la sustentabilidad general de los destinos, la

calidad de vida de la población, la actividad económica, el desarrollo de MIPYMES y la conservación y revitalización de los recursos naturales y culturales, así como la satisfacción de los visitantes.

La participación articulada de actores locales, regionales y nacionales en el diseño ambiental de los destinos, permite incorporar distintas perspectivas, niveles de análisis y conocimientos sobre las necesidades específicas de las localidades y

las comunidades receptoras, promoviendo la implementación de acciones individuales y conjuntas enfocadas hacia el desarrollo integral de los destinos y sus regiones de influencia.

La priorización de los proyectos de inversión en desarrollo ambiental en los destinos turísticos debe tomar en cuenta dos ámbitos principales: a) los impactos directos e indirectos que puedan generarse por la implementación de cada proyecto en las comunidades receptoras, incluyendo la incorporación de MIPYMES, el cuidado del medio ambiente, el retorno de la inversión y la creación de nuevas oportunidades de inversión, y b) los aspectos de la experiencia turística, enfocados hacia la satisfacción de los visitantes y la atracción de flujos turísticos.

Dada la importancia de los proyectos de desarrollo urbano e infraestructura de soporte, el nivel de recursos de inversión que se requiere para implementarlos y los

A. MEJORAR EL PAISAJE URBANO DE LOS DESTINOS

El paisaje urbano, se integran por diversos elementos que se interrelacionan para construir la imagen de cada localidad, ya sea urbana o rural, a partir de los componentes físicos que interactúan en los espacios de las ciudades, cantones y caseríos, y están especialmente relacionados con la arquitectura vernácula, los espacios públicos de convivencia y las áreas verdes y naturales, que forman parte de los elementos de diferenciación de los destinos y que junto con las infraestructuras de movilidad y de soporte, definen el funcionamiento de los destinos.

La utilización de tipologías arquitectónicas diferenciadas, basadas en la arquitectura típica o tradicional de las localidades, la mejora de espacios públicos y el reverdecimiento de los destinos, generan impactos positivos en la identidad de los pueblos, la cohesión social, y la práctica de actividades culturales y deportivas, que inciden en la reducción de la violencia, el

impactos que tienen en el desarrollo de los destinos, es necesario establecer condiciones que permitan el diseño de proyectos por parte de las instituciones y organizaciones participantes, a través de los mecanismos de coordinación y alineación estratégica planteados en el enfoque de liderazgo integrador, para fomentar el aprovechamiento de sinergias y presupuestos que potencian los impactos positivos de manera más efectiva.

Estrategias de diseño ambiental de las localidades turísticas

- A. Mejorar el paisaje urbano de los destinos.
- B. Mejorar la movilidad interna de los destinos.
- C. Mejorar los servicios e infraestructura de soporte de los destinos.

cuidado al medio ambiente y el desarrollo de MIPYMES turísticas, y la mejora de la calidad de vida de los habitantes.

Para mejorar el diseño urbano de los destinos turísticos, se consideran tres componentes:

- Arquitectura típica y tradicional
- Espacios públicos
- Áreas naturales urbanas

ARQUITECTURA TÍPICA Y TRADICIONAL

La arquitectura vernácula es un atractivo de las localidades. El trabajo conjunto de embellecimiento, restauración y conservación de las construcciones de los destinos turísticos y pueblos de El Salvador, representa una oportunidad para mantener la expresión tradicional histórica de los sitios, y fortalecer la cohesión social mientras se modifica el panorama urbano incorporando elementos que mejoren la experiencia turística y la calidad de vida de las comunidades receptoras.

La conservación y restauración de los inmuebles con valor cultural y la adaptación de las construcciones y fachadas alrededor de tipologías arquitectónicas tradicionales, que expresen la identidad de cada localidad turística, ayuda a fortalecer la diferenciación de los destinos.

ESPACIOS PÚBLICOS

Los parques, alamedas, andadores, aceras, calles peatonales, pupusódromos, miradores y otros espacios públicos, tienen un alto valor ciudadano y turístico, pues es ahí donde se realizan los eventos, ceremonias, fiestas patronales y conmemoraciones, se difunde la historia oral y se da el esparcimiento ciudadano entre otras actividades de la vida cotidiana, que expresan la forma de ser de los pueblos y las tradiciones de sus habitantes.

Los espacios públicos con valor para las comunidades pueden ser complementados o rediseñados para fomentar interacciones comunitarias y encuentros sociales más saludables y significativos, al tiempo que se incorporan elementos para embellecer la imagen urbana y mejorar la calidad de vida de la población.

El mobiliario urbano y el diseño conceptual de señalética, así como la estandarización de rótulos en espacios públicos, edificios con valor histórico y proveedores de servicios turísticos, coadyuvan a la creación de espacios públicos diferenciados que expresan la identidad local.

La participación de las municipalidades y los comités locales en el desarrollo de los espacios públicos, así como su uso, disfrute y cuidado por parte de las comunidades receptoras, juegan un papel importante en la consolidación y conservación de espacios públicos adecuados para el desarrollo del turismo.

B. MEJORAR LA MOVILIDAD INTERNA DE LOS DESTINOS

La movilidad interna de los destinos se comprende como la capacidad de movimiento de los flujos de personas que

ÁREAS NATURALES URBANAS

Las áreas naturales urbanas, integradas por parques, corredores naturales, árboles y plantas, tanto en terrenos públicos como privados, ayudan a mejorar la imagen urbana de los destinos, además de generar beneficios ambientales como la creación de microclimas y la conservación de la biodiversidad.

La mejora y reverdecimiento de los espacios públicos de convivencia y el desarrollo de actividades turísticas y comunitarias en estos espacios, aumenta la calidad de los encuentros entre los visitantes y las comunidades receptoras.

Por otro lado, la presencia de espacios naturales en los entornos urbanos, incide en el comportamiento y sensibilidad de los ciudadanos respecto a los temas relacionados con el medio ambiente, promoviendo sinergias positivas hacia la sustentabilidad de los destinos.

Las líneas de acción para mejorar el paisaje urbano de los destinos son:

- Promover el establecimiento de ordenanzas municipales enfocadas en la mejora del paisaje urbano de los destinos.
- Mejorar el aprovechamiento de los inmuebles con valor patrimonial y arquitectónico.
- Mejorar la accesibilidad física a espacios públicos de convivencia.
- Integrar las edificaciones con valor patrimonial e histórico a los recorridos turísticos peatonales.
- Promover el desarrollo de eventos y actividades significativos en espacios públicos.
- Promover el involucramiento de las alcaldías, comités y comunidades locales en programas de reforestación.

realizan trayectos dentro de una localidad y la accesibilidad hacia sus distintos puntos de interés.

La movilidad de los visitantes dentro de los destinos de El Salvador está directamente relacionada con la movilidad de las comunidades locales, principales usuarios de las infraestructuras y servicios de movilidad.

La planificación participativa es una parte fundamental del proceso de desarrollo y organización de las infraestructuras y servicios de movilidad, pues permite conocer las problemáticas, diseñar soluciones, motivar la participación ciudadana y optimizar los recursos que se invierten en el desarrollo de los proyectos.

La infraestructura y servicios relacionadas con la movilidad interna de los destinos, se relacionan principalmente con:

- La vialidad vehicular
- Las redes de transporte público
- Los corredores peatonales y ciclistas

MEJORAR LA CIRCULACIÓN VEHICULAR

Las calles, avenidas y autopistas en las localidades turísticas, son la principal vía de acceso a los destinos, conectándolos con la red carretera del país y con otras localidades, atractivos y sitios turísticos de sus regiones.

Buena parte de los trayectos largos y medianos dentro de las localidades se realiza en transporte público o vehículos privados, que son los principales usuarios de la infraestructura vial.

Una vialidad vehicular adecuada, implica contar con infraestructura, servicios y sistemas logísticos que soporten la capacidad de carga, facilitando el acceso a los visitantes de manera ordenada y fluida y mitigando las molestias generadas por el tráfico, las emisiones de gases de efecto invernadero y el exceso de vehículos en espacios turísticos.

Los principales componentes que fortalecen la vialidad vehicular son:

- Accesibilidad a la red carretera.
- Señalización y reglamentación adecuada.

Calidad y mantenimiento de la carpeta asfáltica.

Cultura vial responsable por parte de los conductores.

Espacios asignados para paradas de transporte público.

Integración con cruces y corredores peatonales y ciclistas.

Espacios para vehículos de emergencia y de servicios urbanos.

Espacios de estacionamiento, a distancia adecuada de los espacios públicos.

Calles adecuadas para distintos tipos de vehículos y niveles de flujos vehiculares.

FORTALECER LA RED DE TRANSPORTE PÚBLICO DE LAS LOCALIDADES

El transporte público permite la movilidad y el desplazamiento de personas de manera económica y eficiente dentro de los centros urbanos y entre las distintas localidades que integran un sistema turístico. Es el tipo de transporte más utilizado por los turistas independientes que buscan vivencias y encuentros cercanos y auténticos con las comunidades para nutrir su experiencia turística.

Los buses y otros vehículos de transporte público, forman parte del paisaje urbano y de la vida cotidiana de las localidades, incorporándose a la cultura local y al modo de vida de los habitantes locales. Su fortalecimiento ayuda a mejorar los flujos turísticos y locales y a reducir la contaminación y el tráfico generados por vehículos privados.

Las principales características con que cuenta un sistema de transporte público eficiente son:

- Rutas, horarios y frecuencias optimizadas.
- Conductores responsables.
- Buena conectividad entre rutas.
- Mantenimiento y limpieza de unidades.
- Cultura de respeto a las unidades y pasajeros.

FORTALECER LA INFRAESTRUCTURA PEATONAL Y CIRCUITOS CICLISTAS

La cultura de movilidad no motorizada está cada vez más presente en las tendencias de los turistas y los destinos turísticos sustentables. La peatonalización de calles de los centros históricos de los destinos culturales se ha convertido en una tendencia mundial, e implica un cambio en la cultura de vialidad de las localidades orientadas al automóvil.

Los corredores peatonales y circuitos ciclistas representan una alternativa de transporte eficiente, innovadora y que al mismo tiempo contribuye a reducir problemas ambientales y la congestión vehicular. Estos corredores mejoran la accesibilidad a los distintos atractivos, actividades y MIPYMES turísticas de los destinos, mientras que su recorrido, representa una actividad turística en sí misma, brindando a los visitantes la oportunidad de conocer los destinos y sus alrededores de forma placentera y segura, así como el desarrollo de tours peatonales y en bicicleta.

La infraestructura peatonal y ciclista fortalece la imagen de sustentabilidad y de responsabilidad ambiental de los destinos y puede ser utilizada para dirigir a los flujos turísticos hacia las áreas turísticas.

Los principales componentes que fortalecen los corredores peatonales y ciclistas son:

Limpieza y mantenimiento.

Intersección con caminos rurales.
Integran árboles y áreas naturales.
Cuentan con señalización adecuada.
Lugares de estacionamiento para bicicletas.
Conectan los espacios públicos y principales atractivos turísticos.
Mobiliario urbano adecuado, como alumbrado, bancas y basureros.

Las líneas de acción para mejorar la movilidad interna de los destinos son:

- Impulsar proyectos de infraestructura y servicios de movilidad vial, pública, peatonal y ciclista.
- Promover una cultura vial responsable en conductores, peatones y ciclistas.
- Desarrollar proyectos de movilidad favoreciendo la peatonalización entre los atractivos turísticos.
- Promover alianzas con los operadores de la red de transporte público para vincular la red a los atractivos turísticos en los destinos.
- Utilizar señalética para el direccionamiento de los flujos turísticos a los sitios de interés.
- Promover el establecimiento de corredores peatonales temporales y permanentes.
- Desarrollar un plan de manejo que favorezca las condiciones, equipamiento y acondicionamiento para recorridos peatonales incluyendo para discapacitados.

C. MEJORAR LOS SERVICIOS E INFRAESTRUCTURA DE SOPORTE DE LOS DESTINO

La infraestructura de soporte representa las bases sobre las cuales se desarrolla el turismo. Pues permite proveer los servicios públicos y urbanos necesarios tanto para las actividades turísticas como para incrementar la calidad de vida los habitantes de las localidades.

En todos los casos de mejora de infraestructura de soporte, deben tomarse en cuenta las políticas y reglamentos establecidos por las instituciones nacionales.

INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS CON MAYOR INCIDENCIA EN EL DESARROLLO DE LOS DESTINOS

Infraestructura y servicios	Función en el turismo
Bancarios y financieros	Brindan a los visitantes la posibilidad de acceder a sus recursos monetarios y financieros, permitiéndoles adquirir productos y servicios turísticos. Ayudan a los empresarios y pobladores locales a administrar mejor sus recursos, disponer de créditos y realizar proyectos de inversión.
Servicios de salud	La accesibilidad a servicios de salud en los destinos, desde farmacias hasta hospitales especializados es fundamental para asegurar la seguridad física de los visitantes y atender emergencias en caso de presentarse. Por otro lado, una infraestructura de salud de alto nivel, permite el desarrollo de turismo médico y puede representar un atractivo importante para los turistas nacionales e internacionales.
Telecomunicaciones	La disponibilidad de acceso a Internet y a la red de telefonía en los destinos turísticos son elementos esperados por los visitantes. Brindan la posibilidad a los proveedores de productos y servicios turísticos de establecer comunicación entre sí y con sus mercados objetivo antes, durante y después de la visita.
Energía eléctrica	Permite el desarrollo de productos y servicios turísticos que requieren energía eléctrica. El valor que se otorga a los destinos turísticos que utilizan energías alternativas es una tendencia mundial de alta estima en los turistas internacionales.
Agua potable	La disponibilidad de agua potable es un elemento indispensable para la vida y para el desarrollo del turismo. El manejo del agua potable para la actividad turística, debe contemplar las necesidades de las comunidades receptoras, evitando provocar su escasez en las localidades derivada de la actividad turística.
Alcantarillado y saneamiento	La infraestructura de alcantarillado y saneamiento de agua, mejora el medio ambiente y la limpieza de los destinos. La reincorporación del agua al medio ambiente, debe realizarse a través de infraestructuras de tratamiento, sistemas de captación y manejo de aguas fluviales y el uso de mecanismos y tecnologías que promuevan su calidad para la conservación de los ecosistemas.
Manejo de desechos sólidos	Los sistemas de manejo de desechos sólidos mejoran el medio ambiente, la limpieza de los destinos, el paisaje urbano y ayudan a generar un sentimiento de seguridad en los visitantes.

Las líneas de acción para mejorar los servicios e infraestructura de soporte de los destinos son:

- Mejorar el acceso de las comunidades receptoras a las infraestructuras y servicios de soporte desarrollados para la actividad turística.
- Promover el uso de tecnologías innovadoras y sustentables en la mejora de la infraestructura de soporte.
- Priorizar la inversión en mejoras de infraestructura de soporte de acuerdo a sus impactos sociales, ambientales y económicos en los destinos.
- Fomentar la especialización e innovación en los servicios e infraestructura de soporte de los destinos.
- Promover la cooperación de los actores locales, regionales, nacionales e internacionales en la priorización, planeación y desarrollo de proyectos de mejora de la infraestructura de soporte de las localidades.

EJE VI

ESPACIO TURÍSTICO INTEGRADO Y SOSTENIBLE

Sistemas que se comunican

EJE VI. ESPACIO TURÍSTICO INTEGRADO Y SOSTENIBLE

Sistema turístico que combina la estructura territorial de El Salvador y aprovecha su posición geográfica en Centroamérica.

OBJETIVO GENERAL

Integrar los destinos del país para aprovechar y distribuir los flujos y beneficios del turismo, en armonía con el medio ambiente.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Fortalecer la accesibilidad y conectividad del país y sus destinos para facilitar y aumentar la recepción de visitantes nacionales e internacionales.

Promover el desarrollo integral de las distintas regiones del país.

Aumentar los flujos turísticos internacionales aprovechando la creación de circuitos regionales que incorporen los destinos mejor posicionados de la región centroamericana.

SISTEMAS QUE SE COMUNICAN

La conformación del territorio salvadoreño es un factor importante en la cimentación del sentido de identidad del país, pues condiciona las actividades productivas y cotidianas de la población. La nacionalidad, como sentimiento de pertenencia, es el resultado del reconocimiento de elementos que definen a los individuos que comparten un espacio territorial, y que permiten establecer relaciones claras entre *un nosotros* y un *los otros*, es decir, entre las comunidades receptoras y los visitantes.

EL PAÍS DE LOS TREINTA MINUTOS

El Salvador es un país pequeño de tan sólo 21 mil km². lo que le confiere una sensación de cercanía. El tamaño del país es uno de los atributos más notables y significativos para los salvadoreños, que constantemente manifiestan comparaciones relacionadas con un país pequeño en territorio, pero grande en recursos, grande en personalidad, grande incluso en sonrisas. El Salvador es reconocido dentro y fuera del país como “*el pulgarcito de América*”, “*el país de los treinta minutos*”, y cariñosamente nombrado como “*nuestro pequeño país*”.

La cercanía de los destinos salvadoreños relacionada con el tamaño del país, y la calidad de los servicios e infraestructuras que conforman el sistema de conectividad turística de El Salvador, representan un factor de competitividad a nivel regional.

EN CENTROAMÉRICA

El país tiene 545 km de frontera terrestre, 203 km. con Guatemala y 342 km. con Honduras. Ambos países comparten con El Salvador y los demás países de Centroamérica, atributos identitarios que se sostienen en la similitud de los territorios, una historia compartida y la conciencia de que la integración regional representa oportunidades para un mejor futuro común.

UN TERRITORIO DIVERSO

La diversidad del territorio se relaciona con sus tres zonas geo-climáticas.

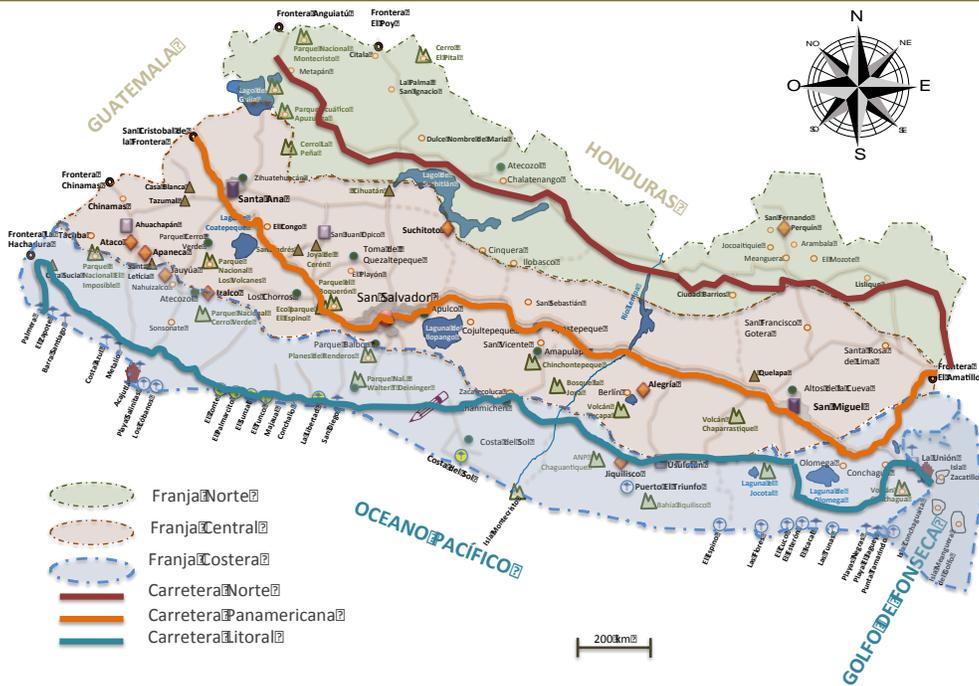
La región central constituida por una planicie central cortada por valles y ríos con una elevación de entre 400 y 800 metros sobre el nivel del mar, descansa entre dos cadenas montañosas que atraviesan el país de este a oeste, la temperatura oscila alrededor de los 20° C, y es en donde se encuentran los principales centros urbanos del país así como la mayoría de los volcanes, lagos y zonas arqueológicas. Esta franja está conectada por la carretera panamericana.

Al sur se extiende una estrecha llanura costera, que mantiene un clima tropical durante todo el año y está comunicada a través de la carretera del litoral.

La franja transversal del Norte, menos desarrollada, comprende una zona montañosa y fresca, particularmente interesante para el de turismo rural y ecoturismo, está conectada a través de la nueva carretera longitudinal del norte.

Esta situación favorece la diversidad de paisajes y ecosistemas, lo que se convierte en un motivo para desplazarse dentro del país y para sustentar el hecho de que en un territorio pequeño se pueden encontrar múltiples entornos naturales.

REGIONES GEO-CLIMÁTICAS Y CARRETERAS TRANSVERSALES



SEIS VECES MAR

En su colindancia con el Océano Pacífico, la República de El Salvador tiene una franja costera de 321 km, que no supera los 25 km de ancho. Cuenta con 122 mil km² de territorio marítimo, lo que representa seis veces su territorio terrestre, propiciando una relación estrecha de los salvadoreños con el mar.

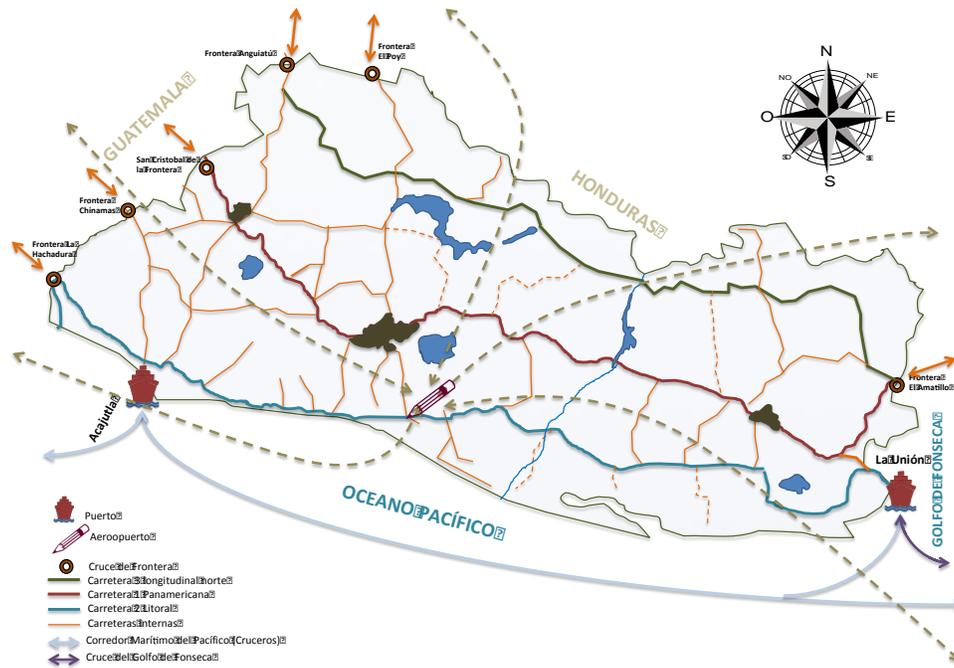
VOLCANES DE ALTURA

El 90 por ciento del territorio es de origen volcánico y algunas cimas alcanzan los 3.000 metros sobre el nivel del mar. Por otro lado, posee varios volcanes entre los que destacan Iamatepec, Izalco, Quezaltepeque, Chichontepec, Chaparrastique y el Conchagua, que son íconos vinculados con la fuerza de la tierra y el movimiento, y que generan asombro y cierta tolerancia al riesgo entre los salvadoreños.

DE RÍOS Y AGRICULTURA

El Salvador es un país bien irrigado. La mayoría de sus 58 cuencas hidrológicas desembocan en el Océano Pacífico, aunque algunas están ligados a un lago, laguna o laguneta. En general los ríos salvadoreños son cortos y llevan poco caudal debido a la proximidad de las montañas, de manera que son poco adecuados para navegar, pero representan un importante elemento para el riego de cultivos. Casi todo el territorio es de cultivo; en las planicies se siembra principalmente maíz, caña de azúcar y algodón; y la parte montañosa está destinada a las plantaciones de café. La agricultura intensiva, entre otros factores, ha provocado que más de la mitad del territorio del país se encuentre en estado de erosión. Los salvadoreños han iniciado un proceso de concientización respecto al valor del medio ambiente y han emprendido importantes esfuerzos para renovarlo.

SISTEMA DE CONECTIVIDAD TURÍSTICA DE EL SALVADOR



BIEN CONECTADO

El Salvador destaca por ser un país bien conectado con un alto grado de vinculación y accesibilidad entre las localidades que conforman el sistema turístico, considerando las posibilidades de movilidad entre ellas en términos de tiempo, costos y disponibilidad de servicios e infraestructura, así como la percepción de cercanía y accesibilidad.

Cuenta con un aeropuerto internacional certificado por la Autoridad Federal de Aviación de USA como A1, y dos puertos de carga mercantil, Acajutla y La Unión, que pueden recibir cruceros y una red de carreteras amplia y completa a través de la cual se puede acceder prácticamente a cualquier región del país; y de acuerdo con el Informe de Competitividad Global 2011-2012 del Foro Económico Mundial, la red vial de El Salvador se ubica como la segunda mejor en América Latina. Esta condición favorece la movilidad de los salvadoreños y los turistas dentro del país, además de ser un elemento que fortalece la percepción de seguridad al recorrerlo.

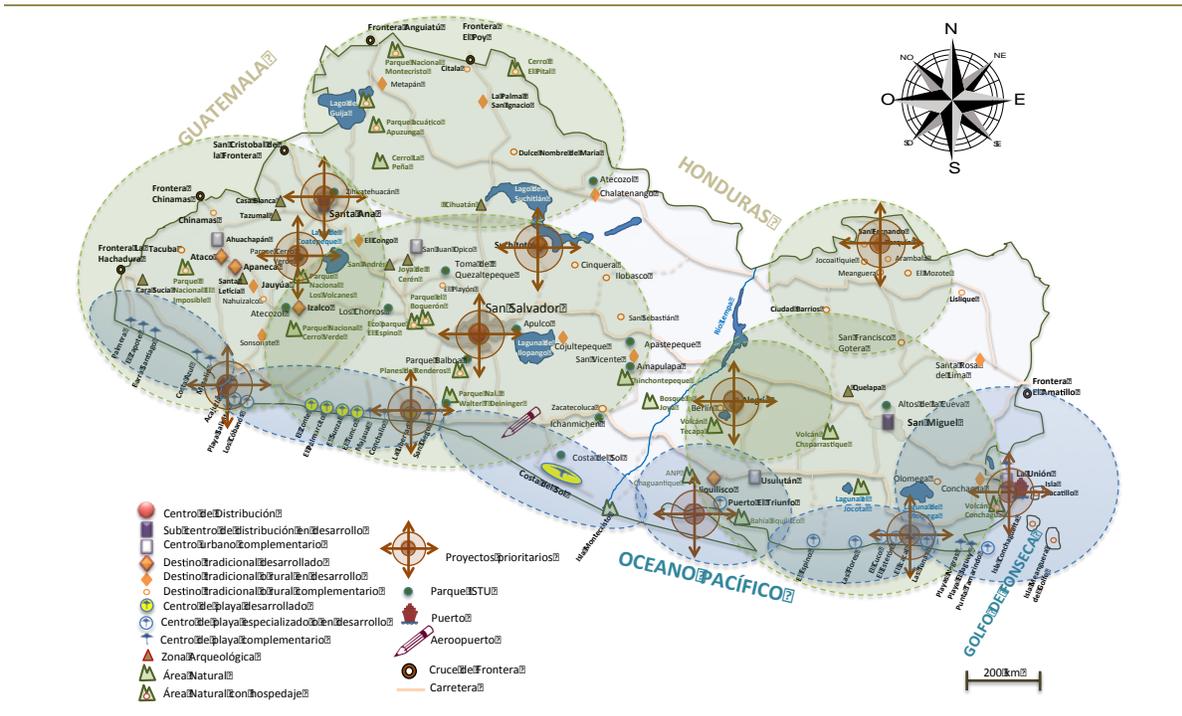
MEDIO AMBIENTE

La tendencia internacional hacia la valorización, conservación y restauración de los ecosistemas, ha sido retomada por los salvadoreños como un motivo de responsabilidad y acción compartida, lo que se observa en la promulgación de leyes y reglamentos ambientalistas, así como en la conformación de grupos ambientalistas en todos los sectores y territorios del país. Actualmente existen más de 70 áreas naturales protegidas y se reconoce que el turismo puede apoyar a la generación de alternativas económicas que reduzcan los impactos humanos en el entorno.

ESPACIO TURÍSTICO

En la conformación del espacio turístico del país, que toma en cuenta la infraestructura instalada, el tamaño de las poblaciones, los atractivos turísticos y su posicionamiento en las principales guías internacionales, se hace evidente la concentración de infraestructura y servicios en San Salvador y en la franja costera del centro-occidente, mientras que el norte y el oriente del país están menos desarrollados. Sin embargo en los últimos años, se han desarrollado algunas estrategias de fortalecimiento e integración de los pequeños destinos para lograr una distribución más amplia de los flujos turísticos.

SISTEMA TURÍSTICO DE EL SALVADOR



ESCALAS DE INTEGRACIÓN

En este sentido, se establece un tratamiento integrador en distintas escalas, pues hay sistemas integrados dentro otros sistemas hacia adentro y hacia fuera, que inciden de manera directa, indirecta y reciproca en los distintos niveles en los que interactúan.

Con el objeto de comprender las claves que definen el modelo de funcionamiento territorial para establecer políticas públicas que permitan planificar, gestionar y operar actividades en un espacio interrelacionado sistémicamente como base para propiciar un desarrollo sustentable y sostenible, el Ministerio de Turismo, plantea tres ámbitos de integración regional:

CORREDORES PRODUCTIVOS

Conforman unidades de análisis y planeamiento que permitan identificar y capitalizar oportunidades para orientar la inversión pública y privada para el desarrollo e interconexión de los destinos.

RUTAS TEMÁTICAS

Se centran en delimitar territorios a partir de la identificación de destinos con vocación común o complementaria que permitan diseñar recorridos turísticos para establecer estrategias de promoción hacia segmentos específicos.

CIRCUITOS INTERNACIONALES

En el ámbito internacional, El Salvador se integra turísticamente con la región centroamericana y el Mundo Maya a partir de circuitos que facilitan el acceso de viajeros de larga distancia.

Los circuitos regionales establecen territorios internacionales que incluyen los destinos de El Salvador con otros de la región centroamericana y mesoamericana, para atraer flujos turísticos de larga distancia que buscan visitar varios países durante su viaje.

MOVILIDAD DE LOS VIAJEROS

En términos turísticos, los vínculos que se generan entre las regiones y destinos, se derivan de la actuación de los viajeros, quienes marcan los límites geográficos de sus itinerarios a partir de diversos factores subjetivos y una amplia posibilidad de combinaciones de localidades que pueden integrarse durante un mismo viaje.

Tomando en cuenta que los flujos turísticos no se distribuyen en las regiones del país de forma homogénea ni aleatoria, la regionalización de los destinos a través de corredores de inversión y rutas turísticas, se concibe a partir del análisis de las características identitarias, geográficas y de infraestructura de las regiones en que el turismo se desarrolla, lo que permitirá focalizar mejor las intervenciones en desarrollo y promoción de los destinos, aprovechar con mayor eficiencia los recursos locales, crear un espacio propicio para la participación activa y articulada de los actores involucrados con la actividad turística y generar un espacio turístico integrado y sostenible.

Las motivaciones de los turistas responden a una serie de factores relacionados con el entorno geográfico, el clima, el patrimonio asociado y la capacidad de acceso e interconexión entre los sitios turísticos. En este sentido, las relaciones de las regiones emisoras y receptoras se establecen en diferentes escalas, que permiten establecer cierta jerarquización, pues hay sistemas integrados en otros sistemas hacia adentro y hacia fuera, que inciden de manera directa, indirecta y recíproca en los distintos niveles en los que interactúan.

En términos turísticos los vínculos que se generan entre las regiones y destinos se derivan de la actuación de los viajeros, quienes marcan los límites geográficos de su itinerario a partir de diversos factores subjetivos y una amplia posibilidad de combinaciones de localidades que pueden integrarse durante un mismo viaje.

POLÍTICAS DE INTEGRACIÓN SOSTENIBLE DEL ESPACIO TURÍSTICO

18. POLÍTICA DE INVERSIÓN E INTEGRACIÓN TURÍSTICA DEL TERRITORIO NACIONAL

ESTRATEGIAS	ACTORES
A. Fortalecer e impulsar tour operadores y compañías integradoras y comercializadoras de ofertas turísticas.	Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Instituto Salvadoreño de Turismo, Secretaría de Cultura, Ministerio de Obras Públicas, Ministerio de Economía, Ministerio de Educación, Ministerio de Trabajo y Bienestar Social, Ministerio de Salud, Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Ministerio de Agricultura y Ganadería, Fondo de Conservación Vial, Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local, Fondo de Desarrollo Productivo, Comisión Nacional para la Micro y Pequeña Empresa, POLITUR, Sistema de Integración Turística Centroamericana, Gobiernos Municipales, Cámara Salvadoreña de Turismo, gremiales del sector turístico, Buró de Visitantes, y Convenciones, Mesa Nacional de Turismo Rural Comunitario, Comités de Desarrollo Turístico, organizaciones civiles, empresas.
B. Fortalecer y optimizar la conectividad terrestre de los destinos turísticos.	
C. Impulsar la inversión turística de acuerdo con las prioridades establecidas en los corredores productivos.	
D. Fortalecer las rutas temáticas.	

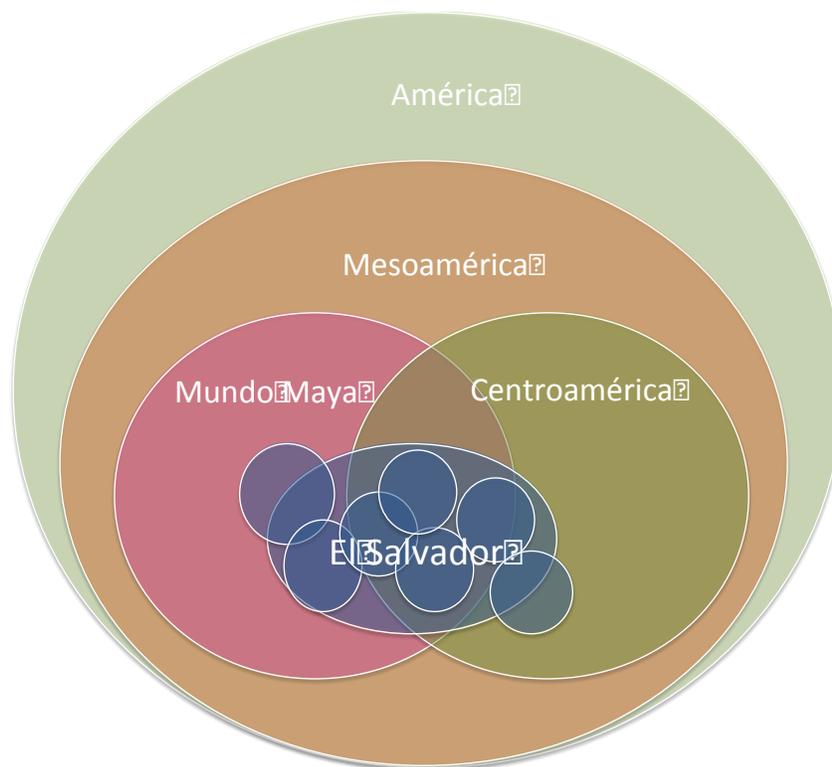
19. POLÍTICA DE INTEGRACIÓN DE LOS DESTINOS NACIONALES A CIRCUITOS REGIONALES E INTERNACIONALES

ESTRATEGIAS	ACTORES
A. Fortalecer la posición del aeropuerto internacional de El Salvador como <i>hub</i> regional.	Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Instituto Salvadoreño de Turismo, Secretaría de Cultura, Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de Gobernación, Ministerio de Economía, Ministerio de Educación, Ministerio de Obras Públicas, Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Ministerio de Salud, Ministerio de Agricultura y Ganadería, Dirección General de Migración y Extranjería, Red Consular, Comisión Ejecutiva Portuaria Autónoma, Autoridad de Aviación Civil, Fondo de Desarrollo Productivo, Fondo de Conservación Vial, Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local, Comisión Nacional para la Micro y Pequeña Empresa, POLITUR, Sistema de Integración Turística Centroamericana, Organización Mundo Maya, Agencia de Promoción Turística Centroamericana, Confederación Centroamericana de Cámaras de Turismo, Autoridad Marítimo Portuaria, Gobiernos Municipales, Cámara Salvadoreña de Turismo, gremiales, Buró de Visitantes y Convenciones, CDT, ONG, tour operadores, líneas aéreas, organizaciones internacionales, empresas.
B. Fomentar circuitos regionales con países vecinos.	
C. Incrementar la inclusión de El Salvador en circuitos centroamericanos y mesoamericanos de mediana y larga distancia.	
D. Fortalecer y optimizar la conectividad marítima del país.	
E. Incorporar a El Salvador en las rutas de cruceros y embarcaciones privadas.	

20. POLÍTICA DE FORTALECIMIENTO DEL IMPACTO DE LLEGADA Y SALIDA

ESTRATEGIAS	ACTORES
A. Mejorar el impacto de llegada y salida en el aeropuerto internacional de El Salvador.	Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Instituto Salvadoreño de Turismo, Secretaría de Cultura, Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de Gobernación, Ministerio de Economía, Ministerio de Educación, Ministerio de Obras Públicas, Ministerio de Medio Ambiente y Recursos
B. Mejorar el impacto de llegada y salida en las fronteras terrestres.	Naturales, Ministerio de Salud, Ministerio de Agricultura y Ganadería, Dirección General de Migración y Extranjería, Red Consular, Fondo de Desarrollo Productivo, Fondo de
C. Mejorar el impacto de llegada y salida para los cruceristas.	Conservación Vial, Comisión Ejecutiva Portuaria Autónoma, Autoridad de Aviación Civil, Fondo de Inversión Social para el
D. Mejorar el impacto de llegada en las estaciones de autobús.	Desarrollo Local, Comisión Nacional para la Micro y Pequeña Empresa, POLITUR, Gobiernos Municipales, Comités de
	Desarrollo Turístico, ONG, tour operadores, líneas aéreas, organizaciones internacionales, empresas.

REGIONES QUE INTERACTÚAN



18. POLÍTICA DE INVERSIÓN E INTEGRACIÓN TURÍSTICA DEL TERRITORIO NACIONAL

El tamaño y la diversidad de El Salvador, permiten constituir una oferta turística basada en una variedad de experiencias diferenciadas y significativas, tanto a los turistas nacionales como a los turistas internacionales que viajan por el territorio del país a partir de la integración de destinos ubicados en áreas geo climáticas diversas.

Reconociendo que el desarrollo turístico de las localidades y destinos está íntimamente ligado al desarrollo de las regiones, zonas, rutas y otros centros turísticos con los que interactúa, la integración de los destinos salvadoreños, promoverá el desarrollo de la oferta y la generación de nuevas experiencias significativas que aumenten el valor del sistema turístico nacional.

A nivel nacional, los centros y destinos turísticos pueden integrarse en regiones,

zonas y rutas turísticas, a partir de la interacción y colaboración de las distintas localidades que comparten áreas geográficas determinadas.

Estrategias de integración turística del territorio nacional

- A. Fortalecer e impulsar tour operadores y compañías integradoras y comercializadoras de ofertas turísticas.
- B. Fortalecer y optimizar la conectividad terrestre de los destinos turísticos.
- C. Impulsar la inversión turística de acuerdo con las prioridades establecidas en los corredores productivos.
- D. Fortalecer las rutas temáticas.

A. FORTALECER E IMPULSAR TOUR OPERADORES Y COMPAÑÍAS INTEGRADORAS Y COMERCIALIZADORAS DE OFERTAS TURÍSTICAS

Para facilitar la definición y diferenciación de las empresas integradoras de ofertas turísticas, en El Salvador se han clasificado a partir de su influencia geográfica:

COMPAÑÍAS INTEGRADORAS DE DESTINOS

También llamadas DMC por sus siglas en inglés (*Destination Management Companies*), que integran la oferta turística local, tanto para el manejo de visitantes que se encuentran en los destinos, como para facilitar la realización de congresos y convenciones.

TOUR OPERADORES NACIONALES

Integran la oferta de diversos destinos nacionales y regionales, integrando circuitos y recorridos dentro del país.

MAYORISTAS INTERNACIONALES

Promueven y comercializan la oferta de diversos países en los destinos de origen de los turistas.

Esta clasificación permite establecer estrategias generales y específicas en diferentes niveles, teniendo en cuenta la incidencia de cada tipo de empresa en la integración y comercialización de la oferta del país.

Las estrategias generales para impulsar el fortalecimiento de las compañías integradoras se vinculan con el fortalecimiento de los siguientes aspectos:

La capacidad para integrar y operar actividades turísticas en las localidades, controlando la calidad del trabajo de los actores que participan en ellas.

La capacidad de gestión e interacción con instituciones clave para el funcionamiento del turismo y con los prestadores de servicios locales.

La capacidad operativa de comunicación.

La experiencia en el mercado.

La voluntad de participar en proyectos y programas de cuidado ambiental

Sus criterios de responsabilidad y comercio justo.

Los programas de fortalecimiento de las empresas integradoras de viajes, se orientarán a fortalecer las cuestiones expuestas, con orientaciones particulares hacia cada una de las tipologías mencionadas:

Las compañías integradoras de destinos buscarán apoyos orientados a fortalecer su gestión en términos administrativos y logísticos, así como

para vincularse con tour operadores nacionales.

Las compañías tour operadores nacionales se buscarán apoyos orientados a promover su oferta a nivel nacional e internacional.

Las líneas de acción para impulsar el desarrollo de compañías integradoras y comercializadoras de ofertas turísticas son:

- Identificar las áreas de mayor oportunidad y necesidad de integración de servicios turísticos en los destinos.
- Establecer programas de financiamiento y asesoría técnica para las cid y tour operadores nacionales que impulsen el desarrollo e integración de ofertas diferenciadas que apoyen el desarrollo social y ambiental.
- Establecer programas de capacitación entre las CID y Tour operadores nacionales.
- Generar mecanismos que promuevan la vinculación de las CDI con Tour operadores nacionales y mayoristas internacionales.
- Promover de la oferta de los cid y tour operadores nacionales tours hacia sus mercados meta.

B. FORTALECER Y OPTIMIZAR LA CONECTIVIDAD TERRESTRE DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS

El Salvador cuenta con una infraestructura carretera moderna y eficiente, que interconecta las principales ciudades a la vez que ofrece un fácil y rápido acceso al resto de la región centroamericana. Esto ha favorecido para que el Foro Económico Mundial ubique a El Salvador como el país de la región con mejor calidad de carreteras. El buen estado de las carreteras se ha logrado por medio de las inversiones continuas del Ministerio de Obras Públicas a través del Fondo de Conservación Vial (FOVIAL) que cubre un total de 6,544 kilómetros en todo El Salvador.

Las principales vías terrestres son:

CARRETERA PANAMERICANA, conecta la capital y las principales ciudades salvadoreñas con las fronteras terrestres de Guatemala y Honduras.

CARRETERA DEL LITORAL, ruta paralela a la zona costera del Océano Pacífico, que también permite transitar a lo largo de todo el territorio nacional.

CARRETERA LONGITUDINAL DEL NORTE, vía recién terminada que ha incrementado la conectividad en la zona norte del país.

La red carretera del país se complementa con carreteras primarias, secundarias, terciarias y rurales, que conectan a los distintos destinos del país. En este sentido,

los caminos turísticos pueden ser distintos a las vías rápidas, por lo que es necesario promover su fortalecimiento y optimización para promover el flujo de visitantes.

El uso y aprovechamiento de las carreteras secundarias, terciarias y rurales permite incrementar la incursión de visitantes hacia sitios complementarios para mejorar la distribución de los beneficios de la actividad y fortalecer la articulación de los destinos.

En términos de conectividad fronteriza, el país está bien conectado con los países vecinos a través de 6 fronteras terrestres que se conectan con las principales carreteras del país: hacia Guatemala se cuenta con cuatro pasos fronterizos: Frontera La Hachadura, Frontera Anguiatu, Frontera Las Chinamas y Frontera San Cristóbal. Hacia Honduras se cuenta con dos fronteras terrestres: Frontera El Poy al norte, y El Amatillo al oriente.

Las carreteras de El Salvador cuentan con paisajes escénicos que pueden ser disfrutados por los turistas en ruta, ayudando a mejorar la experiencia de los visitantes y la imagen positiva del país. Por otro lado, el establecimiento de iniciativas y programas de reverdecimiento y reforestación alrededor de las carreteras no solo incrementará la belleza paisajística, sino fomenta el desarrollo de corredores biológicos que ayuden a la revitalización ambiental y la restauración de la biodiversidad.

El fortalecimiento y optimización de la conectividad terrestre de los destinos turísticos, se plantea en dos sentidos:

FORTALECIMIENTO Y OPTIMIZACIÓN DE INFRAESTRUCTURA DE CONECTIVIDAD TERRESTRE

Accesos a los destinos y puntos de interés
Mantenimiento de carreteras
Señalización (reglas de conducción, distancias y direccionamiento a los destinos)

Paradores y miradores
Reverdecimiento y reforestación
Fortalecer las fronteras terrestres

FORTALECIMIENTO Y OPTIMIZACIÓN DE SERVICIOS DE CONECTIVIDAD TERRESTRE

Seguridad y asistencia en carreteras
Transporte público interurbano
Estaciones de servicio y gasolineras
Mapas de carreteras con servicios turísticos en el camino

Las inversiones que se realicen en este ámbito deben dar prioridad a los proyectos que generen mayores impactos en la interconexión de los destinos entre si y su incorporación a las rutas y corredores turísticos.

Las líneas de acción para fortalecer y optimizar la conectividad terrestre de los destinos turísticos son:

- Establecer un sistema de coordinación para el mantenimiento y seguridad de los caminos turísticos, en los que participen los gobiernos nacional y municipal para asegurar la accesibilidad de los destinos.
- Mejorar la señalización, utilizando elementos fáciles de identificar y que generen diferenciación de los destinos.
- Desarrollar y fortalecer paradores y miradores carreteros con servicios y paisajes naturales.
- Fomentar el reverdecimiento y reforestación del paisaje carretero.
- Desarrollar servicios de transporte, seguridad y asistencia carretera en coordinación con POLITUR.
- Desarrollar estaciones de servicio y gasolineras que proporcionen información turística y distribuyan mapas carreteros.
- Generar mapas carreteros y turísticos.
- Fomentar la mejora y regulación del transporte público interurbano

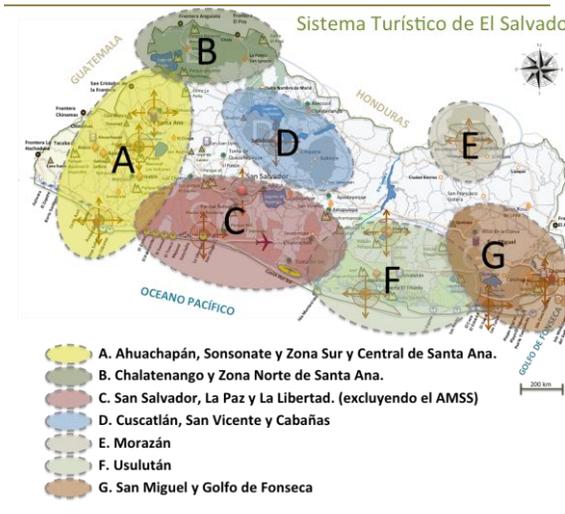
C. IMPULSAR LA INVERSIÓN TURÍSTICA DE ACUERDO CON LAS PRIORIDADES ESTABLECIDAS EN LOS CORREDORES PRODUCTIVOS

En El Salvador, se han caracterizado siete corredores productivos considerando las particularidades de su oferta turística, atractivos y recursos, así como las tendencias de la demanda, que dan lugar a la identificación de oportunidades de inversión y desarrollo que fortalezcan la diferenciación de la oferta y la competitividad del país.

Estos corredores se establecen como ejes transversales de desarrollo económico y social, pues integran elementos complementarios relacionados con la producción agrícola e industrial, el comercio, los servicios públicos y el desarrollo de infraestructura turística y de soporte.

Las regiones incorporan destinos costeros, de montaña y de ciudad, así como un número importante de pequeñas ciudades y pueblos con una arraigada vocación turística.

Corredores de Inversión



Departamento	Municipios
A. Ahuachapán, Sonsonate y Zona Sur y Central de Santa Ana.	Ahuachapán, Apaneca, Concepción de Ataco, Jujutla, San Francisco Menéndez, Tacuba, Candelaria de La Frontera, Chalchuapa, El Congo, Santa Ana, Acajutla, Armenia, Caluco, Izalco, Juayúa, Salcoatitán, Nahüilingo, San Antonio del Monte, Sonsonate y Sonzacate.
B. Chalatenango y Zona Norte de Santa Ana.	Chalatenango, Citalá, La Palma, San Ignacio, San José Las Flores, San Rafael, Tejutla, Metapán
C. San Salvador, La Paz y La Libertad. (excluyendo el AMSS)	Chiltiupán, Ciudad Arce, Comasagua, Jayaque, Jicalapa, Colón, Nuevo Cuscatlán, Puerto de La Libertad, Quezaltepeque, San Juan Opico, Tamanique, Teotepeque, Zaragoza, Cuyultitán, San Juan Talpa, San Luis La Herradura, San Luis Talpa, San Pedro Masahuat, Tapalhuaca, Zacatecoluca, Aguilares, Panchimalco.
D. Cuscatlán, San Vicente y Cabañas	Cinquera, Ilobasco, Tejutepique, Cojutepeque, Suchitoto, San Vicente, Santo Domingo.
E. Morazán	Arambala, Guatajiagua, Jocoaitique, Meanguera, Perquín, San Fernando, San Francisco Gotera.
F. Usulután	Alegría, Berlín, Jiquilisco, Jucuarán, Puerto El Triunfo, San Dionisio, Santiago de María, Tecapa, Usulután.
G. San Miguel y Golfo de Fonseca	Anamorós, Conchagua, Intipucá, La Unión, Meanguera del Golfo, Santa Rosa de Lima, Carolina, Chapeltique, Chirilagua, Quelepa, San Miguel.

En cada uno de los corredores se identifican oportunidades de inversión turística que representan las prioridades de desarrollo regional por la influencia para detonar y consolidar el desarrollo turístico del país.

CORREDORES PRODUCTIVOS PARA LA INVERSIÓN TURÍSTICA

Corredor	Oportunidades	Proyectos prioritarios
A. Corredor Ahuachapán, Sonsonate y Zona Sur y Central de Santa Ana	<p>Servicios turísticos complementarios y mejorar la calidad y comercialización de los existentes, tomando en cuenta cercanía a mercados emisores.</p> <p>Potencial para eventos: bodas, convenciones, eventos sociales, conciertos, espectáculos, senderismo, bici montaña y actividades tradicionales locales.</p> <p>Potencializar segundas residencias como oferta de alojamiento complementaria, vinculada a actividades turísticas de la zona.</p>	<p>Parques arqueológicos con oferta cultural, de ocio y comercial.</p> <p>Hoteles boutique de montaña y en fincas cafetaleras.</p> <p>Restaurantes con entretenimiento en Ataco, Juayúa y Apaneca.</p> <p>Entretenimiento y vida nocturna en Ataco</p> <p>Spas y centros de wellness con tratamientos termales y medicina alternativa.</p> <p>Construcción y adecuación de instalaciones para la celebración de eventos sociales.</p>
B. Corredor Chalatenango y Zona Norte de Santa Ana	<p>Diversificar la oferta de alojamiento, dada la distancia con San Salvador.</p> <p>Destino integral de salud y bienestar, creación de SPA's, centros de relajación, tratamientos médicos de recuperación (estéticos, psicológicos, clínicos, dentales).</p> <p>Su posición estratégica favorece integración con grandes destinos como Sitio Arqueológico Copán y centro religioso Esquipulas, creando una oferta complementaria en el circuito regional.</p>	<p>Hoteles de boutique de montaña, eco-lodges en zona norte de Chalatenango.</p> <p>Restaurantes, bares, talleres de artesanías, tiendas especializadas.</p> <p>Spas y centros wellness.</p> <p>Instalaciones y tour operadores para turismo de aventura.</p> <p>Campamentos en zonas de montaña.</p>
C. Corredor La Libertad, San Salvador y La Paz	<p>Oportunidades en eventos y convenciones, segmento sol y playa a menos de 1 hora de San Salvador. Segmento especializado en surf.</p> <p>Mejorar la calidad de los servicios turísticos e innovar.</p> <p>Oportunidad integrar negocios y convenciones y sol y playa con agroturismo.</p>	<p>Escuelas de surf y tiendas especializadas en playa El Tunco, Sunzal y el Zonte.</p> <p>Hoteles especializados para al segmento de surfistas.</p> <p>Hoteles de 3 y 4 estrellas.</p> <p>Renovación de infraestructura hotelera en Costa del Sol y Playas de la Libertad.</p> <p>Construcción de marinas y embarcaderos.</p> <p>Organización de circuitos turísticos de surf a nivel nacional, regional e internacional.</p> <p>Organización torneos de pesca deportiva y veleros.</p> <p>Organización de actividades turística de pesca deportiva y paseos en velero.</p>
D. Corredor Cuscatlán, Cabañas, San Vicente	<p>Turismo cultural y actividad artesanal, con la ciudad de Suchitoto como principal ancla turística.</p> <p>Generar mayor quehacer turístico: eventos culturales especiales, escuelas de idiomas, museos históricos, centros de interpretación, escuelas de cultura y arte.</p> <p>Mejorar la calidad de los servicios turísticos e innovar.</p>	<p>Restaurantes y bares con entretenimiento en Suchitoto, Ilobasco y San Vicente.</p> <p>Organización de eventos artísticos, musicales, culturales y de entretenimiento y vida nocturna en Suchitoto.</p> <p>Escuelas de español en Suchitoto.</p> <p>Escuelas y talleres artesanales para turistas en Ilobasco y San Sebastián.</p> <p>Campamentos en Cinquera.</p> <p>Centros de interpretación ambiental y servicios turísticos asociados.</p> <p>Museos referidos históricos y culturales en Suchitoto y Cinquera.</p>

E. Corredor Morazán	<p>Oferta turística enmarcada en distintivo mundial de resolución de conflictos, conciliación y remembranza.</p> <p>Creación de un campus de verano enfocado en estudios de paz y democracia y actividades complementarias.</p> <p>Facultar mejora en la relación percibida de costo-calidad de servicios turísticos (museo, restaurantes).</p> <p>Facilitar acceso a canales de distribución para los prestadores de servicios.</p>	<p>Hoteles de montaña y ecolodges.</p> <p>Instalaciones para turismo de aventura y naturaleza (rapel, canopy y trekking).</p> <p>Restaurantes, bares, talleres de artesanías y tiendas especializadas.</p> <p>Campamentos en zonas de montaña.</p> <p>Centros de interpretación ambiental y servicios turísticos asociados.</p> <p>Museos históricos y culturales.</p> <p>Creación de una escuela de verano, especializada en estudios de paz y resolución de conflictos.</p>
F. Corredor Usulután	<p>Oferta eco turística única en Centroamérica.</p> <p>Biodiversidad de flora y fauna con atractivos internacionales.</p> <p>Infraestructura para aprovechamiento sostenible de ésta Área Natural Protegida y sitio RAMSAR, impulsando el turismo como un factor de conservación de los recursos naturales y generación de ingresos para comunidades locales.</p> <p>Turismo como actividad sustituta a la depredación medioambiental.</p>	<p>Desarrollo hotelero en zona costera.</p> <p>Resorts y complejos hoteleros en zona costera.</p> <p>Creación de marinas, embarcaderos turísticos y servicios asociados.</p> <p>Organización de actividades y eventos de pesca deportiva y velerismo.</p> <p>Centros de interpretación ambiental y servicios asociados.</p> <p>Hoteles boutique de montaña en Alegría y Berlín.</p> <p>Reconversión de antiguos cascos de fincas cafetaleras en Alegría.</p>
G. Corredor San Miguel, Golfo de Fonseca	<p>Oferta de naturaleza, sol y playa basada en diversidad de ecosistemas en un área reducida.</p> <p>Creación de servicios turísticos de todo tipo.</p> <p>Posición estratégica favorece conexión con países centroamericanos, creando un producto diferenciador en el circuito regional, a través del cruce del Golfo.</p>	<p>Desarrollo de pequeños hoteles en zona costera.</p> <p>Desarrollo de resorts y complejos hoteleros en zona costera.</p> <p>Creación de marinas y embarcaderos turísticos y servicios asociados.</p> <p>Centros de interpretación de flora y fauna marina y servicios asociados.</p> <p>Escuelas de surf y tiendas especializadas en Playa Las Flores.</p> <p>Organización de tours, pesca deportiva y velerismo.</p> <p>Fortalecimiento de la conectividad marítima del cruce del Golfo.</p>

Las líneas de acción para impulsar el desarrollo turístico regional a partir de corredores productivos son:

- Promover las oportunidades de inversión identificadas entre inversionistas locales, nacionales e internacionales.
- Desarrollar mecanismos para la vinculación de actores en los corredores productivos.
- Generar anteproyectos de inversión para el desarrollo de los destinos en los corredores productivos.

D. FORTALECER LAS RUTAS TEMÁTICAS

Las rutas temáticas surgen de la combinación de destinos individuales para generar una oferta integrada con mayor capacidad para atraer flujos turísticos. El diseño de rutas turísticas implica la combinación de diversas localidades y actividades que se interconectan logísticamente y tienen cierta homogeneidad que permite establecer elementos identificadores que les den sentido y les permitan diferenciarse de otras alternativas de viaje. Su competitividad se fortalece con la integración de actividades diversas que permitan una experiencia holística.

El diseño de rutas turísticas en El Salvador se realiza a partir de la selección de sitios turísticos con mayor nivel de desarrollo y posicionamiento, que funcionan como núcleos turísticos al contar con un entorno altamente atractivo, servicios básicos de alojamiento, gastronomía local, actividades comerciales típicas del lugar y recreativas, e interconexión con centros o sub-centros turísticos que hacen posible su accesibilidad y faciliten su operación. A partir de estos núcleos, se identifican los destinos complementarios que aportan valor agregado y permiten diversificar los beneficios de la actividad.

Para asegurar la optimización de los recursos, las rutas son planificadas y gestionadas de una manera rigurosa, con la participación activa de las comunidades que conforman los destinos, respetando el medioambiente y generando beneficios económicos, sociales y culturales, teniendo en cuenta las siguientes consideraciones:

Responden a una imagen propia, atractiva y bien diferenciada, que se sostiene en valores identitarios de los destinos que las conforman y que dan solidez y coherencia a la ruta. Esta

imagen puede responder a cuestiones históricas, geográficas, étnicas, gastronómicas, arquitectónicas, religiosas o tradicionales que dan una significación motivadora y consistente, permitiendo a la vez ofrecer una cierta diversidad que genere sinergias, revalorizando los distintos productos y localidades que la integran, propiciando y justificando la visita a todos ellos.

Se circunscriben a un espacio geográfico definido en función de una extensión que hace posible visitarlas en plazos cortos, permitiendo su recorrido completo, parcial o integrarse con otros ámbitos territoriales.

Contienen e integran diferentes productos y servicios de alta calidad turística y ambiental.

Cuentan con mecanismos que certifican la seguridad de los turistas.

Permiten una gestión que privilegia a los miembros de las comunidades locales, e incorpora a distintos agentes intermediarios.

Se promueven y comercializan a partir de distintas modalidades de integración comercial, que implican la promoción directa hacia turistas independientes que recorrerán las rutas a su manera, hasta la integración de paquetes con todo incluido.

Estas condiciones permitirán generar una demanda permanente y estable en el tiempo, que impulse el fortalecimiento de la imagen turística del país y su credibilidad en los mercados nacionales, regionales e internacionales.

PRINCIPALES RUTAS Y CIRCUITOS

Ruta/Circuito/City Tour/Tour	Lugares
A. Rutas de las Flores	Apaneca, Juayúa, Ataco, Nahuizalco, Salcoatlán, Tacuba, Naranjos, Ahuachapán.
B. Ruta Arqueológica	Joya de Cerén, San Andrés, Casa Blanca, Tazumal, Cihuatán.
C. Ruta de la Paz	Perkin, Arambala, Cacaopera, Villa El Rosario, Joateca, Corinto, Meanguera, Jocoatique, San Fernando, Torola.
D. Ruta Sol y Playa	Jucuarán, Usulután, Ciudad Batres, Jiquilisco, Puerto El Triunfo, San Dionisio, San Miguel, La Unión, San Luis la Herradura, la Libertad, Tamanique, Chiltiupán, Acajutla, Jicalapa, San Francisco Menéndez.
E. Ruta Artesanal	San Sebastián, Ilobasco, Suchitoto, la Palma, San Ignacio., Cítala
F. Ruta de las Mil Cumbres	Bahía de Jiquilisco, Bosque de Chahuantique, Alegría, Laguna de Alegría, Ciudad Barrios.
G. Ruta del Café	Portezuelo Park, Coop. Los Pinos, Finca Nuevos Horizontes, Finca Islamatepec, la Casa de Mamapán, Finca San Antonio, Finca San Ernesto, Café y Mirador la Giralda, Berlín, Alegría, Finca el Porvenir.
H. Ruta del Boquerón	Centro de Interpretación y Parque Temático. Parque el Boquerón.
I. Ruta Náhuat Pipil	San Julián, Cuisnahuat, Santo Domingo de Guzmán, Izalco, Nahuizalco, San Antonio del Monte, Santa Catarina Masahuat
J. City Tour Monseñor Romero	Catedral de San Salvador, Iglesia el Rosario, Palacio Nacional, Basílica del Sagrado Corazón de Jesús, Hospital Divina Providencia, Museo de la Palabra e Imagen, Estatua de Monseñor Romero, Museo Nacional de Antropología MUNA, Centro Monseñor Romero y Museo Mártires de la UCA, Casa de los Hermanos Chacón.
K. Tour de las Olas ES	Playas la Libertad, Playa la Paz, El Sunzal, Playa el Tunco, El Zonte, el Palmarcito, Punta Mango, El Cuco-San Miguel, Playa las Flores, El Cuco San Miguel.
L. Tour Islas del Golfo	Navegando sobre el Golfo, el Golfo desde el cielo, Conchagua, Pesca Artesanal, Recorrido por el Puerto, Bosque Salado o Manglar, Industria de la Sal, Meanguera del Golfo, Municipio de la Isla Más Grande, Meanguerita, Avistamiento de las Aves, Playas Negras, las Tunas y el Tamarindo, Deportes Surf.

Las líneas de acción para fortalecer las rutas temáticas y tours son:

- Establecer parámetros y normativas para homologar el diseño de las rutas turísticas.
- Desarrollar mecanismos para la articulación productiva de los actores de los destinos que conforman las rutas.
- Involucrar a los tour operadores en la operación de las rutas turísticas.
- Monitorear y retroalimentar los conceptos rectores de las rutas turísticas.
- Orientar las estrategias mercadológicas de los destinos que conforman las rutas hacia conceptos comunes y consistentes relacionadas con las propuestas de valor de las rutas.
- Sensibilizar e integrar a los concesionarios del transporte público para establecer rutas y horarios apropiados para la interconexión de las rutas.
- Promover las rutas turísticas y los tours entre los segmentos objetivo.

19. POLÍTICA DE INTEGRACIÓN DE LOS DESTINOS NACIONALES A CIRCUITOS REGIONALES E INTERNACIONALES

La posición geográfica de El Salvador, su conectividad aérea privilegiada por medio del Aeropuerto Internacional de El Salvador, su conectividad carretera con Guatemala y Honduras, y marítima con Nicaragua, permiten diseñar circuitos cerrados, con El Salvador puerta de entrada y de salida de Centroamérica, así como recorridos abiertos, comenzando en un centro de distribución regional y terminando en otro.

Estas distintas modalidades de circuitos, permiten la incorporación de los destinos de El Salvador a la oferta regional de distintas maneras, capitalizando el posicionamiento de los destinos ancla de la región para aumentar los flujos de viajeros de más larga distancia hacia el país, tanto en modalidades independientes o integradas a través de tour operadores nacionales y regionales.

La amplitud geográfica de los recorridos turísticos que realizan los viajeros internacionales, depende en gran medida de su tiempo y recursos disponibles. La edad de los viajeros determina su nivel de independencia, siendo los más jóvenes y los viajeros más experimentados tienden a buscar mayor flexibilidad en sus itinerarios por lo que viajan en forma independiente y toman decisiones de cuales destinos visitar a partir de la información que reciben durante sus viajes, por su parte, los viajeros de mayor edad, que buscan seguridad, prefieren viajar en circuitos operados que se encarguen de la logística durante su viaje.

La Política de integración de los destinos nacionales a circuitos regionales e internacionales, contempla la vinculación de la oferta turística del país con los principales destinos de las regiones a las que pertenece, los tiempos de estadía y la extensión geográfica de los circuitos, y el nivel de conectividad de las distintas zonas y centros turísticos del país.

Estrategias de integración de los destinos nacionales a circuitos regionales e internacionales

- A. Fortalecer la posición del aeropuerto internacional de El Salvador como *hub* regional.
- B. Fomentar circuitos regionales con países vecinos.
- C. Incrementar la inclusión de El Salvador en circuitos centroamericanos y mesoamericanos de mediana y larga distancia.
- D. Fortalecer y optimizar la conectividad turística del país.
- E. Incorporar a El Salvador en las rutas de cruceros y embarcaciones privadas.



A. FORTALECER LA POSICIÓN DEL AEROPUERTO INTERNACIONAL DE EL SALVADOR COMO HUB REGIONAL

El Aeropuerto Internacional de El Salvador (AIES) está situado en la zona centro-sur del país, en el departamento de La Paz, a 38 kilómetros y aproximadamente 40 minutos de San Salvador.

Su posición de cercanía con San Salvador, su conectividad aérea con todo el mundo, a través de la operación de aerolíneas internacionales, y su acceso a la infraestructura carretera del país, lo convierten en una puerta de entrada importante para turistas de negocios y de larga distancia.

Las buenas condiciones de infraestructura y el posicionamiento del Aeropuerto Internacional de El Salvador a nivel regional e internacional, así como su estatus de *hub* regional de la aerolínea Avianca, le permite realizar viajes de interconexión entre Norteamérica, Sudamérica y Centroamérica, aumentando la frecuencia y número de vuelos internacionales. Adicionalmente, la posición geográfica de El Salvador dentro de los sistemas centroamericanos y su conectividad carretera con Guatemala y

Honduras, y marítima con Nicaragua, le permiten recibir y direccionar flujos de visitantes hacia destinos de los países vecinos, incrementando el número de pasajeros internacionales.

Las líneas de acción para fortalecer el Aeropuerto Internacional como *hub* regional en Centroamérica son:

- Promover el incremento en el número y frecuencia de vuelos internacionales.
- Fortalecer la conectividad regional incrementando el número de vuelos hacia otros destinos de Centroamérica.
- Promover el acceso terrestre a destinos y circuitos turísticos centroamericanos desde el AIES.
- Fortalecer servicios de transporte terrestre y renta de automóviles en el AIES
- Fortalecer el proyecto *stop over* para motivar a los pasajeros en tránsito a visitar los destinos de El Salvador
- Alinear las estrategias con la política de cielos abiertos.

B. FOMENTAR CIRCUITOS REGIONALES CON PAÍSES VECINOS

La integración con los países vecinos, Guatemala, Honduras y Nicaragua, es prioritaria para la estrategia de integración regional, pues permite diseñar ofertas competitivas para visitantes regionales e internacionales que disponen entre una o dos semanas para sus viajes, así como incorporar ofertas que se integren a circuitos más amplios dirigidos a viajeros con mayor disponibilidad de tiempo.

La oportunidad de diseñar circuitos y recorridos tomando como puerta de entrada y/o salida el aeropuerto internacional de El Salvador, fortalece la posición del país y de los tour operadores nacionales, mientras que la incorporación del país a rutas que

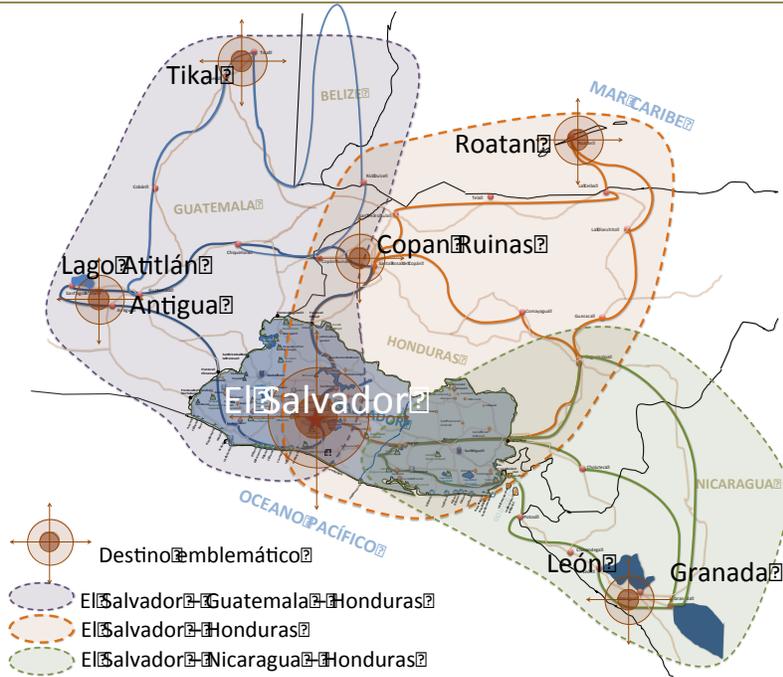
inician y terminan fuera del país, son operados principalmente por tour operadores internacionales que realizan actividades turísticas en los destinos salvadoreños, consumen insumos e incorporan empresas nacionales en mayor o menor medida durante sus recorridos por el país.

Las regiones Occidente y Centro de El Salvador están mejor integradas con los países vecinos y los circuitos centroamericanos, por lo que reciben los mayores flujos turísticos conformados por viajeros que combinan su estadía con el sureste de Guatemala y el sur de Honduras.

El Oriente se conecta con Honduras por medio de la Carretera Panamericana y con Nicaragua por medio del cruce marítimo del

Golfo de Fonseca, facilitando la integración completa del país de Oriente a Occidente o viceversa en los circuitos centroamericanos.

INTEGRACIÓN CON GUATEMALA, HONDURAS Y NICARAGUA



Las líneas de acción para fomentar circuitos regionales con países vecinos son:

- Propiciar la colaboración entre operadores nacionales y regionales para integrar paquetes que incluyan El Salvador.

- Promover la incorporación de San Salvador como puerta de entrada y salida a los circuitos centroamericanos.

C. INCREMENTAR LA INCLUSIÓN DE EL SALVADOR EN CIRCUITOS CENTROAMERICANOS Y MESOAMERICANOS PARA VIAJEROS DE LARGA DISTANCIA

Los visitantes de larga distancia tienden a viajar hacia la región en circuitos turísticos que integran una combinación de múltiples atractivos, incluyendo diversos destinos de Centroamérica e incluso de México y otros países sudamericanos, especialmente tratándose de los circuitos realizados por turistas que viajan a la costa pacífico. Estos circuitos, funcionan a partir de núcleos

turísticos o destinos ancla, desarrollados y posicionados en el mercado internacional entre los que destacan dentro de los itinerarios que se ofrecen al mundo, están: Lago Atitlán, Tikal y Antigua en Guatemala; Copan Ruinas en Honduras; León y Granada en Nicaragua; los parques naturales y San José en Costa Rica; Cancún, Playa del Carmen, Mérida, Chichen Itzá, Campeche,

Palenque, San Cristóbal de las Casas y Oaxaca en México, los cuales agregan valor a los recorridos en los que se integra El Salvador.

CIRCUITOS CENTROAMERICANOS

Una de las alternativas de visita más buscada entre los viajeros internacionales que deciden conocer Centroamérica en su conjunto, comprende la ruta que va entre Guatemala y Costa Rica, o bien, de la Ciudad de México o Cancún a Panamá.

A través del Sistema de Integración Centroamericana SITCA, se desarrollan diversas rutas temáticas y alternativas multidestino, que permiten integrar la oferta de los países centroamericanos para promoverla entre los mercados de larga distancia, entre las que destacan los siguientes recursos:

- Patrimonio de la UNESCO
- Volcanes

- Mundo Maya
- Naturaleza
- Sol y Playa
- Pueblos Indígenas
- Ciudades Coloniales

CRUCE POR EL GOLFO DE FONSECA

El cruce a través del Golfo de Fonseca ha despertado interés entre el público. Los operadores e inversionistas turísticos han comenzado a equiparse para cubrir esta necesidad. Pasar por El Salvador para cruzar por el Golfo de Fonseca hacia Nicaragua promete diversas ventajas competitivas al Circuito Centroamérica por tierra, agregando el valor paisajístico y cultural del Golfo a la oferta tradicional, así como una oferta única en Centroamérica, lo que representa una importante oportunidad para El Salvador para posicionarse en el recorrido centroamericano.

CRUCE POR EL GOLFO DE FONSECA: EL ESLABÓN PERDIDO



Circuitos centroamericanos incorporando únicamente el occidente del país.

La belleza escénica del recorrido a través del Golfo de Fonseca es un gran atractivo, altamente diferenciado por su naturaleza y su gente.

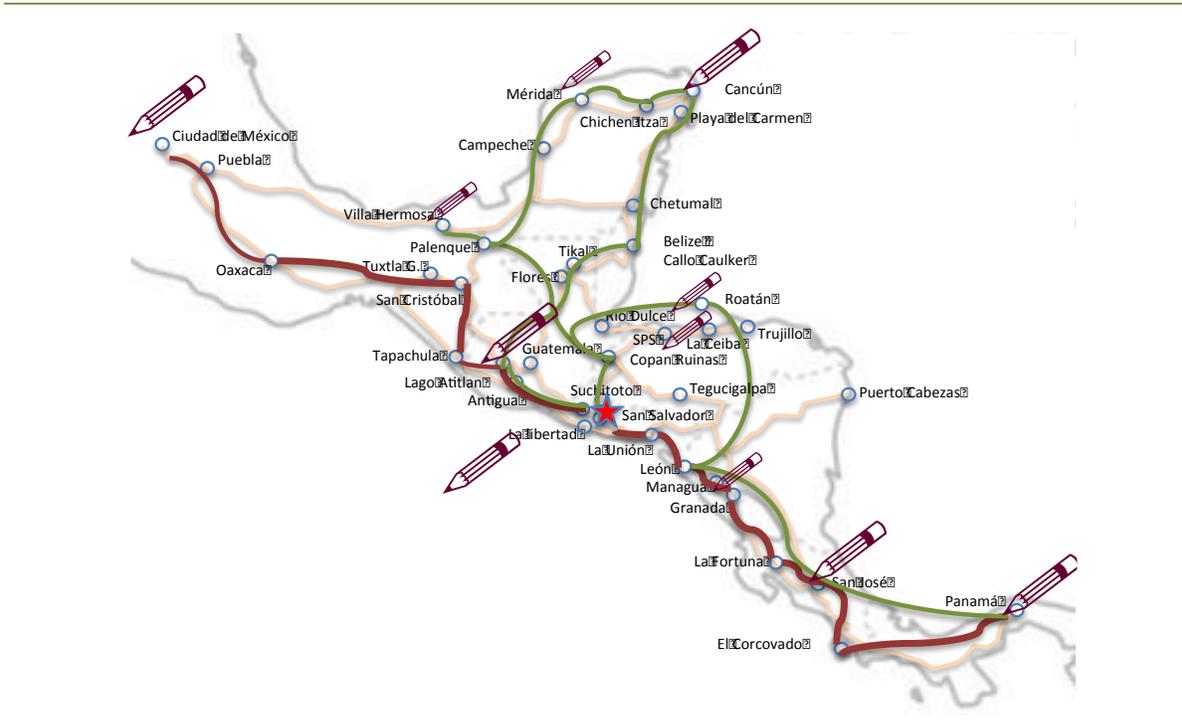
CIRCUITOS MESOAMERICANOS

Los viajeros de larga distancia que permanecen en la región durante estadías largas, buscan recorridos más amplios que incorporan destinos de toda la región. La posición de El Salvador se favorece con el paso de la carretera Panamericana que cruza el país de oriente a occidente y la

posibilidad de cruzar a Nicaragua directamente desde El Salvador.

El Ministerio de Turismo genera alianzas con los países de la región para facilitar el flujo de los visitantes, mejorar su experiencia turística y promover de forma conjunta los destinos de la región.

PRINCIPALES CIRCUITOS MESOAMERICANOS



Las líneas de acción para propiciar la inclusión de El Salvador en circuitos centroamericanos y mesoamericanos de mediana y larga distancia son:

- Promover la incorporación de los destinos salvadoreños a circuitos centroamericanos.
- Promover el tránsito de la carretera Panamericana entre Panamá y la Ciudad de México.

- Aprovechar el posicionamiento del Mundo Maya, para integrarse a los circuitos que utilizan Guatemala o Cancún como *hubs* y se desplazan hacia el sur.
- Fortalecer la utilización del cruce del Golfo de Fonseca en circuitos centroamericanos.
- Fomentar el desarrollo de infraestructura y servicios que promueva el cruce del Golfo de Fonseca.

D. FORTALECER Y OPTIMIZAR LA CONECTIVIDAD MARÍTIMA DEL PAÍS

Los Puertos de Acajutla y La Unión, conectan el país a nivel internacional por medio del Océano Pacífico, contando con oficinas de migración y capacidad para recibir cruceros y otras embarcaciones turísticas como transbordadores o ferrys, veleros y yates recreativos.

Las posibilidades de fortalecimiento de la conectividad marítima a nivel internacional en términos turísticos con mayores posibilidades de desarrollo, están vinculados a la recepción de cruceros en el Puerto de Acajutla y el establecimiento de una conexión logística directa con Nicaragua desde el Puerto de La Unión a través del Golfo de Fonseca para la movilidad de turistas.

Por otro lado, las condiciones geográficas, climáticas y marítimas del Golfo de Fonseca, permiten el resguardo de las embarcaciones marítimas de las fuertes corrientes del Pacífico, principalmente durante tormentas que afectan la navegabilidad de los mares, lo que le confieren la posibilidad de convertirse en una zona de abrigo para embarcaciones que realizan trayectos

transcontinentales entre Norteamérica y Sudamérica.

Así mismo, se promueve la conectividad de la biodiversidad marítima a nivel regional, para aumentar la calidad de los ecosistemas costeros, mejorando la posibilidad de realizar actividades turísticas especializadas como el buceo y la pesca deportiva, las cuales son ejecutadas con responsabilidad para asegurar la sustentabilidad de los ecosistemas y promover la sostenibilidad de las actividades turísticas.

Las líneas de acción para fortalecer y optimizar la conectividad marítima del país son:

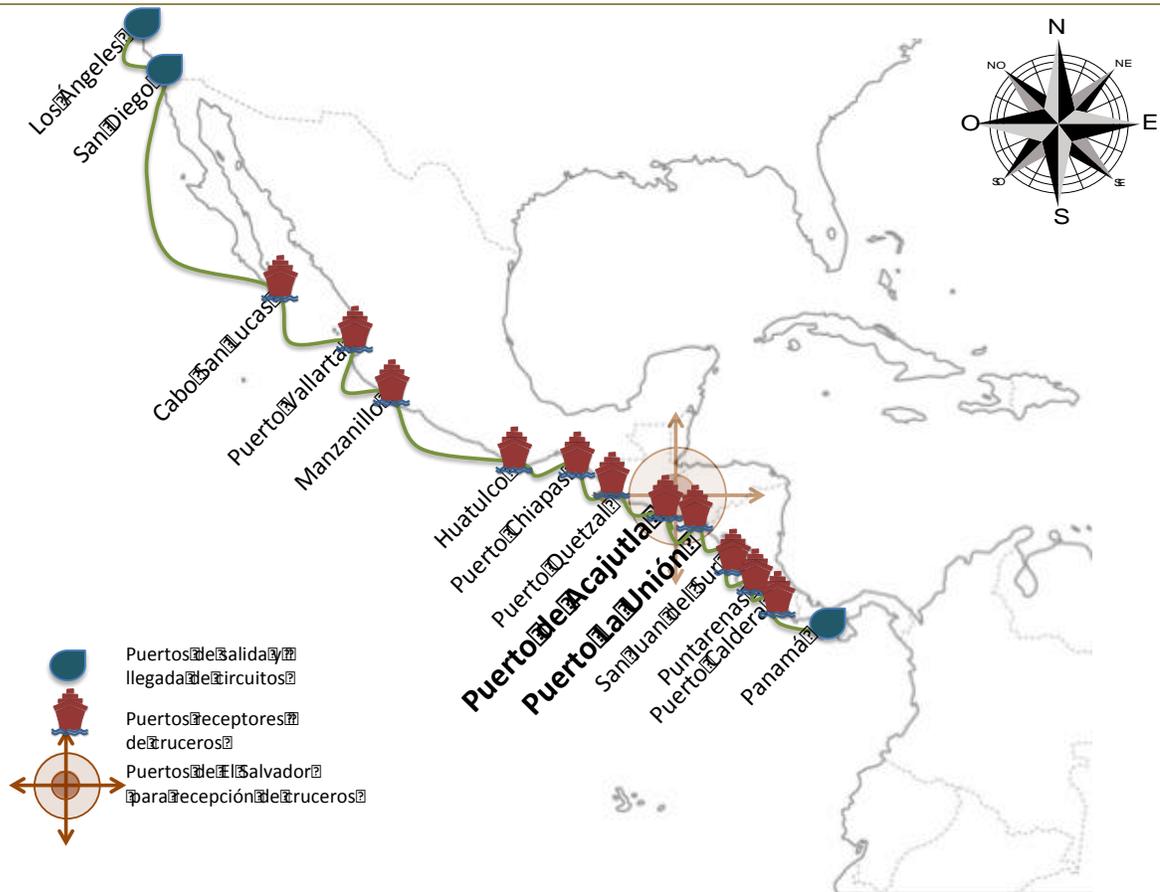
- Promover los puertos de Acajutla y La Unión como puertos de entrada a Centroamérica.
- Promover los puertos del país para recibir embarcaciones del Pacífico.
- Fortalecer las ciudades puerto como centros de proveeduría marítima.
- Promover la conectividad de los puertos salvadoreños con el corredor marítimo del Pacífico Americano.

E. INCORPORAR A EL SALVADOR EN LAS RUTAS DE CRUCEROS Y EMBARCACIONES PRIVADAS

Los circuitos y corredores marítimos del Pacífico Americano entre Norteamérica y Sudamérica, incluyendo las rutas de cruceros, que parten de Los Ángeles y San Diego hacia Costa Rica, son las principales rutas a las que El Salvador tiene posibilidades de incorporarse a partir de la infraestructura marítima con que cuenta el país.

Los puertos de Acajutla y La Unión, cuentan con capacidad para incrementar sus operaciones y con disponibilidad de todos los servicios para la recepción de cruceros: provisión de gasolina, agua potable, descarga de aguas residuales y residuos sólidos, migración y aduana, renta de equipo portuario, tour operadores, taxis, transporte público y servicios médicos entre otros, así como buena conectividad hacia atractivos turísticos cercanos.

CIRCUITOS MARÍTIMOS LOS ÁNGELES – PANAMÁ



Las líneas de acción para incorporar a El Salvador en los circuitos marítimos del pacífico para la recepción de cruceros y embarcaciones privadas son:

- Diseñar y articular una oferta de actividades para los visitantes de cruceros en La Unión y Acajutla.
- Realizar viajes de familiarización a los operadores de líneas de cruceros exponiendo los atractivos y atributos de la visita a los puertos salvadoreños.
- Promover la integración de los puertos de El Salvador en los circuitos del pacífico para la industria de cruceros y de navegación de recreación.
- Promover la integración de los puertos de El Salvador en los circuitos de embarcaciones privadas.
- Fortalecer la posición de los destinos del Golfo de Fonseca como puerto de abrigo para embarcaciones.

20. POLÍTICA DE FORTALECIMIENTO DEL IMPACTO DE LLEGADA Y SALIDA

Diversos estudios sobre buenas prácticas de posicionamiento y manejo de destinos turísticos han confirmado que, el momento de llegada es clave para presentar y posicionar los elementos de identidad de un lugar y generar representaciones recordables, que incidirán de forma determinante en la experiencia del viaje y su posterior recordación y recomendación.

En este sentido, los puntos de llegada serán utilizados para comunicar a los recién llegados, los elementos de mayor relevancia y los valores de mayor orgullo local, apoyándose en personas capaces de: transmitir esta sensación de bienvenida, proporcionar información clara sobre lo que los visitantes pueden esperar durante su estadía, transmitir lo que se espera de ellos y sembrar el deseo de permanecer y explorar el lugar. Esta estrategia será consistente con los atributos de la marca país y permitirá matizar o revisar las preconcepciones que los turistas han generado respecto al país.

Para mejorar el impacto de llegada se establecen mecanismos de orientación general, que expresan la forma en que se desea que los visitantes se muevan y se comporten durante su estadía, lo que permitirá a quienes llegan, saber cómo moverse y qué hacer en cualquier

circunstancia; se facilita información sobre lugares y eventos emblemáticos que estarán disponibles durante la estadía de los visitantes; y se crea un ambiente amable y congruente con la marca país.

El momento de despedida es importante para generar lealtad y dejar huella, es una última oportunidad para poner en manos de los visitantes, información que les invite a regresar y recomendar los destinos de El Salvador.

Los principales puntos para generar impactos de llegada y salida son: el aeropuerto, las fronteras terrestres, los puertos durante la llegada de cruceros y las estaciones de autobús.

Estrategias de fortalecimiento del impacto de llegada y salida

A. Mejorar el impacto de llegada y salida en el aeropuerto internacional de El Salvador.

B. Mejorar el impacto de llegada y salida en las fronteras terrestres.

C. Mejorar el impacto de llegada y salida para los cruceristas.

D. Mejorar el impacto de llegada en las estaciones de autobús.

A. MEJORAR EL IMPACTO DE LLEGADA Y SALIDA EN EL AEROPUERTO INTERNACIONAL DE EL SALVADOR

Además de ser un lugar en el que un número significativo de viajeros internacionales y salvadoreños que residen en el exterior, llegan al país, el Aeropuerto Internacional de El Salvador es un importante *hub* distribuidor, por lo que alberga por unas horas, a pasajeros en tránsito hacia otros

destinos. Esto lo convierte en un punto idóneo para manifestar lo que El Salvador es y ofrece; generando un impacto de llegada y salida que motive a los visitantes a permanecer, explorar y regresar al país.

Los principales actores de primer contacto identificados en el aeropuerto son:

Personal de líneas aéreas
Personal de migración y aduanas
Arrendatarios
Módulos de información

La estrategia de impacto de llegada y salida del aeropuerto internacional, tiene por objeto, crear un ambiente para cautivar a los visitantes y motivarlos a permanecer en el país, visitar los destinos prioritarios y generar recomendaciones hacia sus amigos y familiares.

Las líneas de acción para mejorar el impacto de llegada y salida en el aeropuerto internacional son:

- Diseñar una propuesta creativa para dar la bienvenida a El Salvador, a través de distintos sistemas sensoriales (sonido, imagen, olfato, movimiento).

- Montar exposiciones de fotografías y artesanías representativas.
- Desarrollar un programa de anfitrionía y visitas guiadas para los turistas en tránsito.
- Fortalecer los módulos de información turística.
- Promover la venta de guías locales, mapas y otros materiales informativos.
- Ordenar el área externa al aeropuerto ocupada por el transporte terrestre.
- Desarrollar programas de anfitrionía, para los proveedores de transportación terrestre que brindan servicios desde el aeropuerto.
- Impulsar el proyecto *stop over*.

B. MEJORAR EL IMPACTO DE LLEGADA Y SALIDA EN LAS FRONTERAS TERRESTRES

Más de la mitad de los visitantes que llegan a El Salvador, entran o salen del país por tierra y encuentran su primera experiencia en la frontera, por lo que es necesario hacer evidente que se ingresa a un país dinámico, con una cultura emprendedora, moderna, socialmente incluyente y responsable con el medio ambiente.

En cada frontera terrestre se generarán acuerdos y alianzas con los actores de primer contacto con los visitantes; de manera que todos ellos se incorporen a la maniobra y extiendan la bienvenida a los visitantes, tanto de forma personal, como manteniendo los lugares limpios y atractivos para recibir a los visitantes. Los principales actores de primer contacto identificados en las fronteras terrestres son:

Personal de migración y aduanas.
Personal de los establecimientos de venta de alimentos y bebidas.

Personal de los módulos de información.

Las líneas de acción para mejorar el impacto de llegada y salida en las fronteras terrestres son:

- Diseñar una propuesta creativa para dar la bienvenida a El Salvador a través de distintos sistemas sensoriales (sonido, imagen, olfato, movimiento).
- Diseñar y construir módulos de atención al visitante, que cuenten con servicios e información sobre el país.
- Facilitación de trámites fronterizos y programas de mejora en la atención del personal de migración.
- Mejorar el diseño urbano de los pueblos fronterizos.
- Promover la venta de guías locales, mapas y otros materiales informativos.
- Promover la mejora del nivel de servicio del personal de migración.

C. MEJORAR EL IMPACTO DE LLEGADA Y SALIDA PARA LOS CRUCERISTAS

Una de las principales ventajas que representa la llegada de cruceros, se encuentra en la posibilidad de motivar a los cruceristas para que regresen posteriormente en estadías más largas.

El momento de llegada de los cruceristas es propicio para ofrecer un evento de bienvenida, que genere emociones y sensaciones que impacten a los visitantes. Este evento, incluso convocará a aquellos cruceristas que hubiesen decidido permanecer a bordo, a bajar al puerto. El evento tratará de sorprender a los visitantes, a través de todos sus sentidos, para expresar el concepto rector y dejarlo impreso en su recuerdo. El momento de salida servirá para sellar la visita y el recuerdo, para promover que los cruceristas regresen como turistas y recomienden el destino.

Los principales actores de primer contacto identificados en las ciudades puerto son:

Personal de migración y aduanas
Personal de los establecimientos de venta de alimentos, bebidas, artesanías y souvenirs, los tour operadores y guías que atienden a los cruceristas y módulos de información.
Taxistas en las ciudades puerto

Las líneas de acción para mejorar el impacto de llegada y salida para los cruceristas son:

- Diseñar eventos representativos para dar la bienvenida a los cruceristas cuando llegan los barcos.
- Invitar a las MIPYMES a participar en la atención a los cruceristas.
- Proporcionar a los visitantes, información que los motive a regresar y recomendar el país.
- Mejorar el diseño urbano de las zonas turísticas de las ciudades-puerto
- Promover la venta de guías locales, mapas y otros materiales informativos.

D. MEJORAR EL IMPACTO DE LLEGADA EN LAS ESTACIONES DE AUTOBÚS

La estrategia de mejora del impacto de llegada a las estaciones de autobús, está orientada tanto a los viajeros nacionales como internacionales, por lo que se combinarán elementos relacionados a la marca país, con los atributos específicos de las localidades y regiones en que se ubican; para diferenciar la identidad de cada comunidad y motivar a los viajeros a seguir las reglas de cortesía locales, así como a recorrer los destinos.

Los principales actores de primer contacto identificados en las estaciones de autobús son:

Transportistas y choferes
Personal de recepción de autobuses
Personal de establecimientos de venta de alimentos y bebidas
Personal de módulos de información.

Las líneas de acción para mejorar el impacto de llegada en las estaciones de autobús son:

- Mejorar y embellecer el diseño urbano de los alrededores de las estaciones de autobús.
- Diseñar un programa de limpieza y remodelación de las estaciones de autobús.
- Promover la venta de guías locales, mapas y otros materiales informativos en terminales de autobús.

EJE VII

POSICIONAMIENTO COMPETITIVO

Identidad, factor de
atractividad

EJE VII. POSICIONAMIENTO COMPETITIVO

Una oferta creativa que propone vivencias y encuentros significativos entre anfitriones y visitantes.

OBJETIVO GENERAL

Incrementar el número de visitantes, prolongar su estadía, aumentar su gasto y mejorar su satisfacción.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Promover la valoración de la marca país de El Salvador entre los actores turísticos y los mercados meta.

Identificar las áreas de oportunidad y los campos producto-mercado afines a los destinos del país.

Orientar los esfuerzos mercadológicos de los actores que participan en la promoción de la imagen del país para lograr un posicionamiento consistente y congruente en el mercado nacional e internacional.

Mejorar la eficiencia de los canales de distribución de la oferta turística de El Salvador.

IDENTIDAD, FACTOR DE ATRACTIVIDAD

El turismo representa una de las principales oportunidades para fortalecer la notoriedad y popularidad de El Salvador en el contexto nacional e internacional, por su capacidad de transmitir las bondades de su entorno y las características más sublimes de la ideología e identidad de sus habitantes.

El Salvador cuenta con múltiples recursos y atractivos que, correctamente articulados, ofrecen la posibilidad de generar una mezcla de mercado que proponga una oferta sólida y competitiva, relacionada con las principales líneas de producto, que en mayor o menor grado se llevan a cabo en diferentes lugares del país.

ENFOQUE DE RELACIÓN: VIVENCIAS Y ENCUENTROS

El hecho de que en El Salvador coinciden personas con diferentes identidades que se incorporan a la búsqueda de experiencias significativas a través de la convivencia entre los visitantes y las comunidades receptoras, así como el sentir de los salvadoreños hacia la búsqueda de un futuro compartido, armónico e integrador, son la pauta para sustentar la pertinencia de noción de *encuentro* y *vivencias* como el enfoque de relación que enmarca el diseño y posicionamiento de productos turísticos diferenciados y competitivos, pues en un sentido amplio, se refiere al acto de coincidir en puntos determinados de las distintas regiones del país, para vivir esa experiencia significativa a través del turismo.

El enfoque de *vivencias y encuentros*, trasciende al ámbito comercial y de posicionamiento hacia los mercados de viajes, pues otorga al turismo la función de congregar a la sociedad salvadoreña, a través del encuentro productivo, propositivo y vivencial que implica la actividad turística; en el que las instituciones públicas y privadas de diversos sectores y la población en general, trabajan juntos por un país más próspero y equitativo, solidario y seguro, altamente educado, libre de pobreza y exclusión social; que comparte sus recursos entre los salvadoreños y con el resto del mundo.

Esta noción se fortalece con la articulación de la estrategia *Pueblos Vivos*, una estrategia transversal de desarrollo, que impulsa el turismo interno, y busca poner en valor la identidad, costumbres, tradiciones y valores autóctonos de las comunidades receptoras; estimulando la participación e integración de los habitantes de los distintos municipios del país, en acciones que fomentan estos atributos; potenciándolos como atractivos y productos turísticos que se comparten entre los salvadoreños al tiempo que fortalecen la oferta turística del país.



La noción de *vivencias y encuentros*, aporta un sentido diferenciador para formular y articular una experiencia turística, que orienta el espíritu de las diversas líneas de producto turístico de El Salvador:

OCIO Y RECREACIÓN

En las líneas de producto relacionadas con el ocio y la recreación, como las modalidades de sol y playa, *touring*, actividades en contacto con la naturaleza y la cultura; la noción de *vivencias y encuentros*, se vincula con el contacto e interacción que se comparten durante el viaje, de los visitantes con la población local; además de que permite a cada destino presentar los valores identitarios propios, para formar un mosaico perceptual que fortalezca la imagen del país en su conjunto.

VISITA A FAMILIARES Y AMIGOS

En los productos y segmentos relacionados con visita a familiares y amigos, el concepto de *vivencias y encuentros* no sólo es pertinente, sino definitorio, pues de esto se trata la visita, de encontrarse con personas afines y significativas para los viajeros.

NEGOCIOS, CONGRESOS Y CONVENCIONES

En los productos y segmentos de negocios, congresos y convenciones, que representan una modalidades de oportunidad para el turismo en el país, particularmente en el mercado centroamericano, el concepto de *vivencias y encuentros* presenta a El Salvador como un lugar de reunión, en el que se logra la concurrencia productiva de personas de diversos orígenes, aprovechando la posición geográfica y la infraestructura instalada, que es la mejor de la región.

UN ESTILO DE VIDA FAMILIAR, ABIERTO Y DINÁMICO

Las estrategias relacionadas con el posicionamiento de El Salvador en los mercados turísticos, se vinculan con el reconocimiento del estilo de vida familiar, abierto y dinámico de los salvadoreños. Estos atributos se mantienen como elementos centrales en el diseño y promoción de la oferta turística de todas las líneas de producto, hacia todos los segmentos y en cada etapa que conforma la experiencia del viaje; pues cada interacción entre los visitantes y los destinos, ofrece una oportunidad para mejorar el posicionamiento del país o debilitarlo.

Esta consideración implica alinear la visión de los distintos actores que en diferentes momentos interactúan con los visitantes, para dar congruencia a los elementos que se promueven entre los turistas potenciales en sus lugares de origen y los que se presentan a los viajeros durante su estadía, que serán recordados y transmitidos a otros viajeros potenciales.

El modelo promocional de El Salvador se orienta, entonces, a lograr el posicionamiento de la marca país asociada con el enfoque de relación y el estilo de vida salvadoreños; así como de la oferta específica y diferenciada de los destinos que lo conforman, estableciendo estrategias particulares para los distintos mercados y segmentos de mayor oportunidad.

INCREMENTAR EL NÚMERO Y CALIDAD DE LOS VISITANTES

El posicionamiento de los destinos del país, basado en un enfoque de relación de *vivencias y encuentros*, y un estilo de vida familiar, abierto y dinámico, se traduce en un motivador diferenciado y sólido para atraer visitantes que buscan el tipo de experiencias auténticas que ofrece el país.

La selección de los segmentos de consumo en El Salvador trasciende al valor comercial de los mercados, pues se considera que los turistas se convierten en una parte fundamental del

ambiente de los destinos, siendo parte del motivo de selección y de la satisfacción de otros turistas. En este sentido, cada destino establece el tipo de turistas a quienes convoca a través de distintas herramientas mercadológicas y su posicionamiento se orienta a partir de su perfil y sentido de identidad, alineándose a los planteamientos establecidos en ésta política.

El resultado del esfuerzo coordinado, concertado y alineado, permite establecer metas más ambiciosas respecto al número y calidad de los visitantes que recibe la República de El Salvador y que albergan los destinos que lo conforman, logrando atraer a segmentos de mayor estadía promedio, que generen un mayor gasto y distribución del ingreso, que recomienden la experiencia vivida y atraigan a más turistas cada vez más satisfechos.



POLÍTICAS DE POSICIONAMIENTO COMPETITIVO

21. POLÍTICA DE FORTALECIMIENTO DE LA MARCA PAÍS

ESTRATEGIAS	ACTORES
<ul style="list-style-type: none"> A. Vincular los elementos identitarios de El Salvador con la marca país. B. Promover los valores de la marca país entre los interlocutores internos y externos. C. Regular el uso de los elementos gráficos de la marca país. D. Posicionar la marca país de El Salvador en los mercados objetivo. E. Asociar la marca país de El Salvador con marcas que le son afines y fortalecen su posicionamiento. 	<p>Presidencia de la República, Secretaría de Cultura, Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Instituto Salvadoreño de Turismo, Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de Educación, Ministerio de Economía, Viceministerio para los Salvadoreños en el Exterior, Dirección General de Migración y Extranjería, Red Consular, Agencia de Promoción de Inversiones de El Salvador, Fondo de Desarrollo Productivo, Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, Gobiernos Municipales, Cámara Salvadoreña de Turismo, gremiales, Buró de Visitantes y Convenciones, Comités de Desarrollo Turístico, tour operadores, líneas aéreas, empresas, organizaciones de la sociedad civil, medios de comunicación.</p>

22. POLÍTICA ORIENTACIÓN DE LÍNEAS DE PRODUCTOS-MERCADOS

ESTRATEGIAS

- A. Fortalecer y orientar la oferta de tours de cultura y naturaleza hacia nichos de mejor oportunidad.
- B. Fortalecer el diseño y posicionamiento de circuitos y rutas turísticas.
- C. Fortalecer y diversificar el posicionamiento de la oferta de sol y playa.
- D. Impulsar y promover la accesibilidad de la oferta turística, para personas que se encuentran en situación de pobreza o con discapacidad.
- E. Promover la llegada de cruceros a los puertos de El Salvador y el consumo de productos turísticos y complementarios en tierras salvadoreñas.
- F. Aprovechar y fortalecer el posicionamiento de El Salvador como destino emblemático de surf.
- G. Fomentar los viajes relacionados con otros deportes especializados.
- H. Posicionar los servicios médicos y la oferta turística relacionada.
- I. Impulsar el desarrollo y promoción del turismo de bienestar.
- J. Promover el desarrollo y posicionamiento de viajes de aprendizaje.
- K. Desarrollar mecanismos para dinamizar el turismo religioso.
- L. Aumentar la satisfacción, el gasto, acompañamiento y recomendación de los viajeros individuales de negocios.
- M. Consolidar la posición de El Salvador en el segmento de reuniones, convenciones, ferias y exposiciones.
- N. Mejorar la experiencia, gasto per cápita y recomendación del segmento de familiares y amigos.

ACTORES

Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Instituto Salvadoreño de Turismo, Ministerio de Relaciones Exteriores, Dirección de Comercio Exterior, Viceministerio de Relaciones Exteriores para los Salvadoreños en el Exterior, Red Consular, Agencia de Promoción de Inversiones de El Salvador, Fondo de Desarrollo Productivo, Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, Gobiernos Municipales, Cámara Salvadoreña de Turismo, gremiales, Buró de Visitantes y Convenciones, Comités de Desarrollo Turístico, tour operadores, líneas aéreas, empresas, organizaciones de la sociedad civil, medios de comunicación.

23. POLÍTICA DE ORIENTACIÓN POR SEGMENTOS DE ORIGEN

ESTRATEGIAS

- A. Fortalecer las estrategias de producto-mercado para viajeros nacionales.
- B. Orientar las estrategias de producto-mercado para los salvadoreños en el exterior.
- C. Orientar la estrategia de producto-mercado para viajeros centroamericanos.
- D. Orientar las estrategias de producto-mercado para viajeros de larga distancia.
- E. Ofrecer alternativas de visita a pasajeros en tránsito a través del proyecto *stop over*.

ACTORES

Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Instituto Salvadoreño de Turismo, Ministerio de Relaciones Exteriores, Red Consular, Agencia de Promoción de Inversiones de El Salvador, Fondo de Desarrollo Productivo, Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, Gobiernos Municipales, Cámara Salvadoreña de Turismo, gremiales, Buró de Visitantes y Convenciones, Comités de Desarrollo Turístico, tour operadores, líneas aéreas, organizaciones de la sociedad civil, empresas, medios de comunicación.

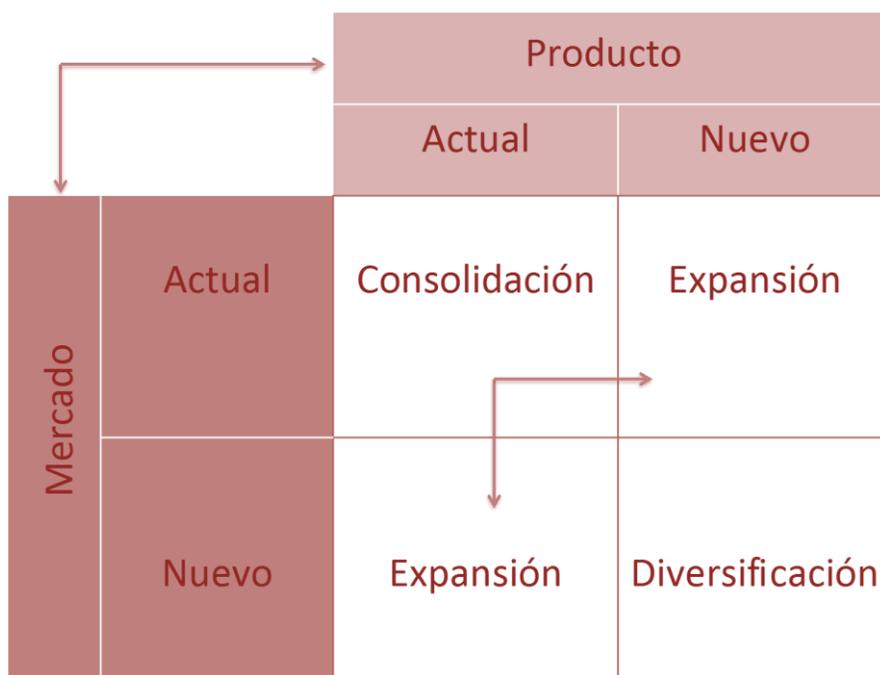
24. POLÍTICA DE INFORMACIÓN EN SITIO

ESTRATEGIAS	ACTORES
<p>A. Promover la difusión de información a través del personal de contacto.</p> <p>B. Producir y distribuir material informativo en sitio.</p> <p>C. Diseñar y colocar señalética indicativa.</p>	<p>Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Instituto Salvadoreño de Turismo, Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de Economía, Centros de Amigos del Turista , Gobiernos Municipales, organizaciones Cámara Salvadoreña de Turismo, gremiales, Buró de Convenciones, Mesa Nacional de Turismo Rural Comunitario, Comités de Desarrollo Turístico, empresarios turísticos, medios de comunicación.</p>

25. POLÍTICA DE PROMOCIÓN DE LA DEMANDA

ESTRATEGIAS	ACTORES
<p>A. Diseñar campañas de comunicación acordes con los valores de la marca país y las principales líneas de producto.</p> <p>B. Utilizar herramientas de promoción en línea.</p> <p>C. Promover la distribución de la oferta turística a través de canales tradicionales.</p> <p>D. Participar en ferias turísticas de forma coordinada.</p>	<p>MITUR, CORSATUR, ISTU, RREE, Gobiernos Municipales, organizaciones Cámara Salvadoreña de Turismo, gremiales, Buró de Convenciones, Mesa Nacional de Turismo Rural Comunitario, CDT, empresarios turísticos, salvadoreños en el exterior.</p>

CONSOLIDAR, EXPANDIR Y DIVERSIFICAR



21. POLÍTICA DE FORTALECIMIENTO DE LA MARCA PAÍS

El turismo representa una de las principales oportunidades para fortalecer la notoriedad y popularidad de El Salvador en el contexto nacional e internacional, por su capacidad de transmitir las bondades de su entorno y las características más sublimes de la ideología e identidad de sus habitantes.

No obstante, la marca país de El Salvador trasciende al ámbito turístico, pues se identifica con el valor intangible de múltiples aspectos como su cultura, productos, figuras públicas, empresas y organizaciones que se asocian con la reputación del país, y se fortalece con la participación y coordinación de actores de diversos sectores, que inciden en su posicionamiento, que comparten un mismo enfoque y generan estímulos positivos de forma frecuente y consistente.

La marca país se asocia con ideas, sentires, imágenes y productos, que representa la definición de un estilo de vida, de una postura ante el mundo, de una realidad puesta en valor, que crea valor en múltiples dimensiones:

Agrega valor a los productos y servicios
Agrega valor a los productos y servicios turísticos, comerciales, tecnológicos y políticos del país en el ámbito nacional e internacional.

Genera vínculos emocionales que motivan la compra de productos y servicios salvadoreños.

Aumenta el nivel de posicionamiento y recordación de los productos y de sus valores.

Genera lealtad y sentido de pertenencia entre las comunidades locales, los salvadoreños en el exterior, los empresarios, los funcionarios públicos y los visitantes.

Es así que la marca país se convierte un elemento identificador para todos los ámbitos de comunicación del país hacia el exterior, e integra los atributos relevantes

del país, la personalidad dinámica, familiar y abierta de los salvadoreños, que avalan el encuentro entre los habitantes del país y con los visitantes, el marco de un paisaje cultural y natural que reflejan una estética propia, y genera sinergias que integran la gama de productos y servicios que enmarcan la realidad de los destinos de El Salvador.

Su conceptualización parte de lo profundo, de lo que reconocen quienes habitan el país y que validan quienes con ellos interactúan. Se define tanto en términos territoriales como culturales, estructurando de forma consistente la particular manera de ser y de funcionar de los salvadoreños, con la forma en que aspiran ser comprendidos, percibidos y caracterizados.

La concepción de la marca país y los programas tendientes a su fortalecimiento y posicionamiento, se consideran evolutivos, es decir, requieren adaptarse progresivamente en el tiempo, a través de ligeras modificaciones, acordes con las nuevas realidades del país y el mundo.

La estrategia de fortalecimiento de la posición de la marca país de El Salvador, se vincula con cinco estrategias:

Estrategias de fortalecimiento de la marca país

A. Vincular los elementos identitarios de El Salvador con la marca país.

B. Promover los valores de la marca país entre los interlocutores internos y externos.

C. Regular el uso de los elementos gráficos de la marca país.

D. Posicionar la marca país de El Salvador en los mercados objetivo.

E. Asociar la marca país de El Salvador con marcas que le son afines y fortalecen su posicionamiento.

A. VINCULAR LOS ELEMENTOS IDENTITARIOS DE EL SALVADOR CON LA MARCA PAÍS

Las nuevas conceptualizaciones y estudios sobre los motivos de compra, han identificado que los clientes, no sólo eligen un producto o servicio por la ecuación precio-función, sino por la percepción que tienen sobre la vivencia o experiencia que el producto o servicio ofrece antes de la compra y durante su consumo.

Las marcas de lugares se conforman y fortalecen por los valores fácticos que definen al país, los valores simbólicos a partir de los cuales se interpreta la realidad y los elementos psicosociales o de relación que determinan la forma de ser y actuar de los salvadoreños

LOS HECHOS: Geografía y naturaleza, economía, política, sociedad y cultura.

LO SIMBÓLICO: Interpretación de la historia, geopolítica, productividad, relación entre la sociedad, la cultura y el entorno.

LO POSICIONAL: Identidad, personalidad, organización social y relaciones con el país.

El valor de la marca de El Salvador se retroalimenta y conforma a partir de la valoración y confrontación de los factores de los tres ámbitos que la conforman por los públicos internos y externos, interactúa y se asocia naturalmente con otras marcas nacionales creando sinergias entre ellas.

En el ámbito turístico, la proyección de una marca país consistente, sólida, y bien diferenciada generan el deseo de viajar al país motivando su visita.

La consistencia de la marca sólo se da al vincular con sus valores centrales las estrategias de desarrollo comunicación y promoción turística para hacer evidente la congruencia entre los dichos y los hechos que la sostienen. Esto permitirá:

Resaltar el estilo de vida abierto, familiar y dinámico de los salvadoreños. Potenciar a favor de la actividad turística, acontecimientos y tendencias regionales, nacionales y globales.

Tener congruencia entre los hechos y los dichos de los actores vinculados con el turismo en el país.

Sensibilizar a los actores locales para lograr su compromiso con la identidad comercial.

Generar vínculos funcionales, emocionales, sensoriales y de auto expresión, que sean codificados y adoptados por actores internos y que puedan ser reconocidos, valorados y validados por los distintos públicos externos.

Motivar el viaje a El Salvador y sus destinos.

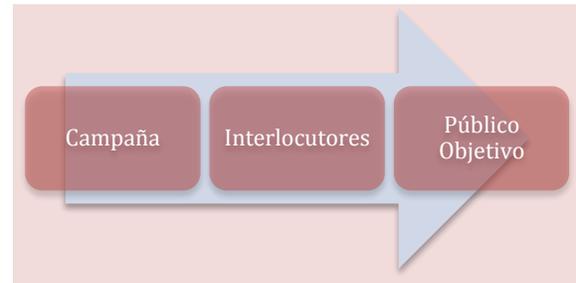
Las líneas de acción para vincular los elementos identitarios de El Salvador con la marca país son:

- Promover los valores funcionales, emocionales, sensoriales y de auto expresión que conforman los atributos de la marca país El Salvador, y revisar el contenido y significado de las expresiones de la marca.
- Establecer mecanismos para fortalecer la percepción de los valores positivos que conforman los atributos deseados de la marca país y minimizar los negativos.
- Establecer mecanismos para vincular los íconos representativos del país con los valores de marca identificados.
- Acompañar los elementos gráficos con imágenes y mensajes orientados a posicionar los valores del país.

B. PROMOVER LOS VALORES DE LA MARCA PAÍS ENTRE LOS INTERLOCUTORES INTERNOS Y EXTERNOS

Entre los principales retos que enfrenta el posicionamiento consistente de la marca país, está lograr que las personas que conforman la cadena de interlocución del país con sus interlocutores internos y externos, reconozcan y adopten los valores que la definen, de manera que se transmita una imagen clara, consistente y relevante de lo que el país es y lo que lo identifica. La imagen de marca no sólo es una cuestión de emisión, sino de recepción, y adquiere valor, en tanto logra comunicar los valores que representa, a los públicos que le dan significado.

Las campañas de comunicación internas y externas, considerarán los objetivos de comunicación establecidos para cada público objetivo identificado:



Público objetivo	Objetivo de comunicación
Funcionarios públicos	Fomentar la participación de los funcionarios nacionales y los gobiernos locales en el desarrollo y la promoción de la marca país.
Prestadores de servicios locales	Difundir y fomentar los valores corporativos y de los productos emblemáticos del país utilizando la marca país como referente.
Medios de comunicación y líderes de opinión	Aumentar el interés por promover los valores de la marca país frente a los interlocutores internos y externos.
Compradores potenciales	Aumentar el prestigio y deseo de compra de los productos nacionales.
Viajeros potenciales	Aumentar el deseo de visitar el país y/o los destinos que lo conforman.
Viajero en los destinos	Aumentar el deseo de realizar actividades y compras locales, aumentando el gasto per cápita y la satisfacción de los viajeros.
Distribuidores turísticos (Tour operadores y agentes de viajes)	Aumentar el interés por comercializar la oferta turística de El Salvador, basándose en los valores de la marca país.

La promoción de los valores de la marca país entre los interlocutores, y la capacidad de incidir en ellos para que los proyecten en sus comunicaciones, será determinante para el posicionamiento sólido y consistente de la marca país; por lo que se establecerán acciones permanentes desde distintos ámbitos de actuación, con el objetivo de que los interlocutores que más afectan esta

percepción, reconozcan y adopten los valores propuestos. Los objetivos de comunicación respaldan estos valores y se refuerzan con contenidos particulares para cada público objetivo, y así fortalecer la percepción de la imagen del país.

Las líneas de acción para promover los valores de la marca país entre los interlocutores internos y externos son:

- Identificar acuerdos con instituciones nacionales, regionales y locales para difundir los valores de la marca país y motivar su adopción.
- Proporcionar a los interlocutores, elementos que les permitan comprender y transmitir lo que la marca país significa.
- Generar y difundir un documento didáctico de fácil lectura para explicar los valores de la marca país entre los principales interlocutores.
- Llevar a cabo talleres y seminarios con los empresarios turísticos para socializar los valores de la marca país.

C. REGULAR EL USO DE LOS ELEMENTOS GRÁFICOS DE LA MARCA PAÍS

La expresión gráfica de la marca país a través de un logotipo y un slogan, ocupa un lugar destacado en el repertorio de recursos de comunicación necesarios para posicionarla, pues permite que los públicos internos y externos, asocien los significados de la identidad del país con una expresión concreta, accesible y tangible; que al estar constantemente acompañada de imágenes, sensaciones y propuestas coherentes con los conceptos y valores que se busca posicionar, evoca de manera inconsciente estos significados; fortaleciendo y respaldando los productos turísticos que avala.

El logotipo es la expresión visual del concepto marca país de El Salvador. Se acompañará constantemente con imágenes significantes, que incluyan experiencias turísticas relacionadas con el carácter abierto y emprendedor de los salvadoreños en los diferentes ámbitos comerciales del país.

En el ámbito turístico, se reforzará acompañándola con imágenes y palabras que se refieran a contextos turísticos vivenciales, para que adquiera los atributos deseados y represente los significados de la marca país.

Las líneas de acción para regular el uso de los elementos gráficos que representan la marca país son:

- Revisar y evaluar periódicamente los impactos y lectura del logotipo y slogan, ajustándolo a la propuesta de valor de El Salvador y sus significados asociados.
- Generar y difundir un manual de trazo y uso corporativo de logotipo, slogan y otros elementos gráficos que se utilicen como elementos representativos de la imagen del país, para su correcta aplicación.
- Promover el uso consistente de los elementos visuales que identifican los valores de la marca para acompañar el logotipo.

D. POSICIONAR LA MARCA PAÍS DE EL SALVADOR EN LOS MERCADOS OBJETIVO

El posicionamiento de la marca país de El Salvador en los mercados objetivo, depende de la consistencia, frecuencia y pertinencia de uso de los elementos centrales de comunicación, lo que fortalece el posicionamiento de la imagen del país en su conjunto. Así, el posicionamiento comienza de dentro hacia afuera, de manera que tanto el logotipo como el slogan y otros elementos gráficos y significantes que los acompañen, sean utilizados en todos los niveles de comunicación, por las instituciones y empresarios que desarrollan los productos

y destinos turísticos, con el objeto de apoyar la imagen del país.

Las líneas de acción para posicionar la marca país de El Salvador en los mercados turísticos son:

- Incluir el logotipo representativo en los mensajes dirigidos a los mercados turísticos.
- Promover el uso de elementos positivos que coadyuven a construir una imagen de seguridad de El Salvador

- Promover el diseño y difusión de material audiovisual que resalte los valores de la marca país.
- Generar campañas de comunicación y promoción de acuerdo a las líneas de producto, corredores temáticos turísticos y mercados meta.

E. ASOCIAR LA MARCA PAÍS DE EL SALVADOR CON MARCAS QUE LE SON AFINES Y FORTALECEN SU POSICIONAMIENTO

Una de las estrategias más eficaces para fortalecer el posicionamiento de marca de países pequeños que no tienen un posicionamiento fuerte en el mundo, es su asociación con las marcas de las regiones a que pertenecen, cuyo conocimiento general y prestigio sean mayores frente al público objetivo al que se busca impactar.

El posicionamiento de El Salvador en los mercados de larga distancia, deberá asociarse con las marcas Centroamérica y Mundo Maya, para facilitar su ubicación en el mundo y su relación con la diversidad cultural y natural de estas regiones a las que pertenece.

Las líneas de acción para asociar la marca país de El Salvador con marcas que le son afines y fortalecen su posicionamiento son:

- Emplear la referencia de Centroamérica y Mundo Maya en los comunicados hacia mercados de larga distancia.
- Utilizar los logotipos de Centroamérica y Mundo Maya como refuerzo de los comunicados internacionales.
- Participar activamente en las estrategias y acciones de promoción y posicionamiento de Centroamérica y Mundo Maya.
- Tener presencia y participación relevante en los eventos y actividades de promoción del Sistema Integración Turística de Centroamérica.

22. POLÍTICA DE ORIENTACIÓN POR TIPOLOGÍA DE PRODUCTOS-MERCADOS

El Salvador cuenta con múltiples recursos y atractivos, que correctamente articulados, ofrecen la posibilidad de generar una mezcla de mercado que proponga una oferta sólida y competitiva, relacionada con las siguientes líneas de productos-mercados, que en mayor o menor grado se llevan a cabo en diferentes lugares del país.

El establecimiento de estrategias para los diferentes productos-mercados del país, se relaciona con los intereses particulares de la

demanda, pero tiene un límite en el punto en que estos intereses convergen con las características de la oferta de los destinos para satisfacer sus intereses específicos.

Su priorización responde a los impactos positivos de cada una de ellas en el desarrollo sustentable del país, así como en su viabilidad comercial, teniendo en cuenta las características de la oferta y la demanda de cada destino y segmento de mercado.

IMPORTANCIA ESTRATÉGICA DE LOS PRODUCTOS-MERCADOS DE EL SALVADOR

TIPOLOGÍA	IMPORTANCIA PARA EL DESARROLLO DEL PAÍS
Turismo cultural, rural y ecoturismo	<p>VIAJES EN CIRCUITOS, RUTAS Y TOURS: Integran la oferta de los destinos y distribuyen el ingreso.</p> <p>VIAJES Y EXCURSIONES A PUEBLOS VIVOS: Propician la movilidad, la distribución del ingreso, el fortalecimiento del sentido de identidad y el orgullo local.</p> <p>EXCURSIONES A ZONAS ARQUEOLÓGICAS: Permiten el disfrute responsable del patrimonio arqueológico del país.</p> <p>EXCURSIONES A MUSEOS, TEATROS Y EDIFICIOS HISTÓRICOS: Complementan la oferta turística de los destinos y estimulan la cultura salvadoreña.</p> <p>VIAJES DE CONTACTO Y DISFRUTE DE LA NATURALEZA: Favorecen la distribución del ingreso y el reconocimiento de la importancia del cuidado y protección del patrimonio natural.</p> <p>VISTAS A COMUNIDADES RURALES: Favorecen el posicionamiento de los destinos rurales y complementan el ingreso de los productores agrícolas del país.</p>
Ocio y esparcimiento	<p>VIAJES DE SOL Y PLAYA: Permiten el desarrollo sostenible del litoral a través del disfrute responsable de la costa.</p> <p>VISITAS A PARQUES RECREATIVOS: Permiten el sano esparcimiento y recreación de los salvadoreños y complementan los viajes de los visitantes internacionales.</p>
Turismo social e inclusivo	<p>VIAJES DE PERSONAS CON ESCASOS RECURSOS: Permiten el disfrute y la recreación de personas menos privilegiadas, mejorando su calidad de vida.</p> <p>VIAJES DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD: Mejoran la calidad de vida de personas con discapacidad y promueven su integración a la sociedad.</p>
Cruceros	<p>EXCURSIONES DE CRUCERISTAS: El reconocimiento de los puertos salvadoreños por parte de las navieras turísticas, valida la posición competitiva del país en el ámbito internacional; genera divisas adicionales para las comunidades que se visitan y propician la recomendación y repetición de los viajeros.</p>
Deportes y turismo de aventura	<p>VIAJES DE SURF: El reconocimiento de las playas salvadoreñas entre <i>las mejores del mundo</i> para realizar este deporte, genera una imagen positiva y dinámica del país, y complementa el ingreso de las comunidades en que se desarrolla.</p> <p>VIAJES RELACIONADOS CON DEPORTES EXTREMOS: Complementa el producto de naturaleza, favorece la distribución del ingreso en los sitios en que se desarrolla.</p> <p>VIAJES RELACIONADOS CON OTROS DEPORTES: Complementa la oferta turística, impulsa la cultura deportiva de los salvadoreños.</p>
Turismo de salud y bienestar	<p>TURISMO MÉDICO: Estimula la mejora de los servicios médicos del país y aumenta su posicionamiento como destino vanguardista y seguro.</p> <p>VIAJES DE BIENESTAR: Complementa la oferta de los destinos y aumenta el gasto per cápita de los visitantes de otros segmentos.</p>
Turismo educativo	<p>VIAJES ACADÉMICOS: Propicia el intercambio cultural entre estudiantes salvadoreños e internacionales y fortalece el posicionamiento del país.</p> <p>VIAJES POR CURSOS ESPECIALIZADOS: Atrae a segmentos específicos y fortalece el posicionamiento y recomendación del país.</p>
Turismo Religioso	<p>VIAJES POR MOTIVOS DE FE. Genera sentido de comunidad, motiva la movilidad entre los destinos del país y propicia la distribución del ingreso.</p>
Turismo de negocios y motivos profesionales	<p>VIAJES DE NEGOCIOS INDEPENDIENTES: Impulsan la economía del país y fortalecen la hotelería y servicios de alimentos, bebidas y entretenimiento en los destinos.</p> <p>VIAJES A CONGRESOS, CONVENCIONES, REUNIONES Y EXPOSICIONES: Potencian las actividades económicas, culturales, científicas y tecnológicas relacionadas con los temas centrales de los eventos, y son espacios que favorecen la transferencia y generación conocimientos. Equilibra la temporalidad y fortalecer el posicionamiento del país y los destinos en que se desarrollan.</p>
Visita a familiares y amigos.	<p>VIAJES A LUGARES DE PERSONAS CON LAZOS AFECTIVOS: Robustece los lazos familiares entre los salvadoreños, propicia la distribución del ingreso y para los salvadoreños en el exterior es una fórmula de mantener el contacto con su país y propicia la consolidación de envío de remesas.</p>

Los esfuerzos de promoción y mercadeo orientados a los segmentos de oportunidad de El Salvador, tanto dentro como fuera del país, resultan determinantes para aumentar la llegada de turistas a los destinos del país, prolongar su estadía y aumentar su gasto.

Para lograr mayor eficiencia en las acciones de promoción, se toma en cuenta la conformación del grupo de viajeros, que determina el formato del viaje, el perfil de quien selecciona los destinos y las actividades que se realizarán.

TURISTAS INDEPENDIENTES

La selección del destino es decisión exclusiva del o los consumidores finales, que buscan un sitio en que puedan cumplir sus expectativas particulares. Los productos en formato *charter* o grupos de individuales, se comercializan entre viajeros independientes logrando ofrecer mejores condiciones de precio sin restar flexibilidad a los turistas durante el viaje.

Entre los turistas independientes, destacan los viajeros de negocios que en términos generales, no pueden elegir el destino que visitan; sin embargo, es posible incidir en su gasto, estadía y acompañamiento; factores que se considerarán en el desarrollo de ofertas y estrategias hacia estos segmentos.

GRUPOS DE INTERÉS

La decisión del destino a visitar, es realizada por un organizador y no por el consumidor final (turista). Puede ser un evento social o familiar; un viaje científico, familiar, de amigos con intereses comunes, de miembros de asociaciones y clubes; un congreso de negocios, científicos o académicos; un viaje de incentivos, etc. En mayor o menor grado, la decisión de los servicios y actividades que se realizan y los productos que se consumen durante el viaje, son también decisión del organizador, por lo que las estrategias de comercialización se orientarán principalmente hacia estos actores y no al consumidor final.

La operatividad de la política de orientación de productos-mercados, se establece a partir de las siguientes estrategias:

Estrategias de fortalecimiento de productos-mercados

A. Fortalecer y orientar la oferta de tours de cultura y naturaleza hacia nichos de mejor oportunidad.

B. Fortalecer el diseño y posicionamiento de circuitos y rutas turísticas.

C. Fortalecer y diversificar el posicionamiento de la oferta de sol y playa.

D. Impulsar y promover la accesibilidad de la oferta turística para personas que se encuentran en situación de pobreza o con discapacidad.

E. Promover la llegada de cruceros a los puertos de El Salvador y el consumo de productos turísticos y complementarios en tierras salvadoreñas.

F. Aprovechar y fortalecer el posicionamiento de El Salvador como destino emblemático de surf.

G. Fomentar los viajes relacionados con otros deportes especializados.

H. Posicionar los servicios médicos y la oferta turística relacionada.

I. Impulsar el desarrollo y promoción del turismo de bienestar.

J. Promover el desarrollo y posicionamiento de viajes de aprendizaje.

K. Desarrollar mecanismos para dinamizar el turismo religioso.

L. Aumentar la satisfacción, el gasto, acompañamiento y recomendación de los viajeros individuales de negocios.

M. Consolidar la posición de El Salvador en el segmento de reuniones, convenciones, ferias y exposiciones.

N. Mejorar la experiencia, el gasto per cápita y la recomendación del segmento de familiares y amigos.

A. FORTALECER Y ORIENTAR LA OFERTA DE TOURS DE CULTURA Y NATURALEZA HACIA NICHOS DE MEJOR OPORTUNIDAD

La diversidad de recursos de El Salvador y el crecimiento de los turistas que buscan experiencias más auténticas y cercanas a la naturaleza y la cultura, hacen de estos segmentos una oportunidad para fomentar el desarrollo sustentable de los recursos del país.

La importancia del desarrollo y posicionamiento de productos turísticos relacionados con la cultura y la naturaleza se relaciona con lo siguiente:

Funcionan como atributos diferenciadores de los destinos.

Son base para realizar actividades que complementan la experiencia de los visitantes.

Refuerzan de la identidad de comunidades receptoras y ponen en valor el patrimonio frente a ellas.

La orientación de las estrategias de promoción se determina en función del nivel de especialización y profundidad de los turistas, que se clasifican como: visitantes con interés ocasional y visitantes especializados

VISITANTES CON INTERÉS OCASIONAL

Se vinculan con diferentes intereses en cada viaje. Su aproximación a los sitios y elementos del patrimonio es generalmente de carácter recreativo o panorámico, aunque se implica en el viaje una experiencia didáctica. La oferta de cultura y naturaleza para viajeros con interés ocasional, compite directamente con otros productos de ocio y recreación, ya que el patrimonio es más bien marco para la experiencia de viaje, y el motivo principal se relaciona con el esparcimiento o la convivencia con la familia o amigos, que con el atractivo en sí. Esto provoca que sea un segmento sensible a la competencia por precio. Aunque la calidad del patrimonio incide en la selección del destino, las actividades que se ofrecen, el ambiente de

los destinos, y la infraestructura y servicios turísticos son determinantes para la decisión del viaje.

Las actividades culturales y en la naturaleza, complementan el viaje de otros segmentos atraídos al país por motivos diversos como negocios, visita a familiares y amigos, turismo de salud cuando el viaje no implica riesgos mayores, entre otros.

Las actividades de mayor oportunidad para turistas con interés ocasional en la naturaleza y la cultura se relacionan con:

Oportunidad	Mecanismos de promoción
Pueblos Vivos	Catálogos. Agenda turística sobre: festivales gastronómicos, ferias patronales, exposiciones temporales, temporadas de cosecha y procesamiento de café, avistamiento de flora y fauna, etc.
Edificios históricos, teatros, museos	Campaña en medios de comunicación al público en general.
Beneficios de café	Incorporar la oferta a circuitos y corredores través de operadores nacionales e internacionales.
Parques naturales	
Avistamiento y liberación de tortugas	

VISITANTES ESPECIALIZADOS

Se vinculan con un interés específico. Su aproximación a los sitios y elementos del patrimonio es de carácter estético, científico o académico, y para ellos el patrimonio tiene implicaciones más profundas que para el turista convencional, en función de un interés particular: un periodo histórico, un estilo arquitectónico o artístico, una especie biótica, un ecosistema o una característica geológica. El volumen de turistas especializados es menor a los que se interesan en actividades culturales o de naturaleza de forma ocasional. Su influencia en el posicionamiento de los destinos se relaciona con la fuerza de la voz de los expertos y su participación fortalece la

interpretación de los recursos patrimoniales.

Para los viajeros especializados, la diferenciación del patrimonio o los ecosistemas, es el asunto más importante al decidir un destino de viaje. Son pequeños nichos de mercado para quienes los servicios turísticos genéricos como alojamiento, alimentos y bebidas, tienen menor influencia en la selección de los destinos, pues el motivo del viaje se relaciona con cuestiones didácticas, científicas o estéticas, con implicaciones más profundas en función de un interés particular.

Los nichos de oportunidad para la promoción de El Salvador en segmentos especializados se relacionan con la historia reciente, la vida cotidiana de los mayas y la vulcanología. Para cada uno de éstos segmentos se establecen mecanismos específicos de promoción.

Nicho de oportunidad	Mecanismos de promoción
Historia reciente vinculada con el periodo de guerra y la firma de la paz.	Se realizará a través de universidades y asociaciones, buscando la publicación de ensayos y experiencias relacionadas con la firma de la paz y sus implicaciones.
Sociología arqueológica	Se realizará a través de clubes, asociaciones y universidades, buscando la publicación del valor sociológico de los vestigios arqueológicos de El Salvador.
Vulcanología	Se realizará a través de universidades, clubes y asociaciones buscando la publicación de ensayos y experiencias relacionadas con los volcanes de El Salvador.

Es importante considerar que una mayor especialización de la oferta permite tener precios más altos.

Las líneas de acción para fortalecer y orientar la oferta de naturaleza y cultura hacia nichos de mejor oportunidad son:

- Integrar destinos y actividades a rutas temáticas que generen experiencias bien diferenciadas.
- Complementar las rutas orientadas a turistas con interés ocasional con actividades diversas que agreguen valor a la experiencia.
- Impulsar el programa de buses alegres del ISTU.
- Diseñar campañas de comunicación creativas que incorporen diversos atractivos y actividades para segmentos con interés ocasional en la naturaleza y la cultura.
- Establecer programas de relaciones públicas con medios de comunicación para dar a conocer proyectos, programas, descubrimientos y actividades.
- Incorporar los destinos mejor desarrollados a circuitos y corredores.
- Diseñar tours que agreguen valor a la visita.
- Desarrollar eventos turísticos y exhibición en las áreas naturales y culturales con enfoque educativo, recreacional y deportivo.
- Utilizar redes sociales para promover los atributos de la oferta.
- Establecer campañas específicas para nichos especializados a través de universidades, clubes y publicaciones especializadas.

B. FORTALECER EL DISEÑO Y POSICIONAMIENTO DE CIRCUITOS Y RUTAS TURÍSTICAS

Por definición, los circuitos turísticos integran diversos puntos de pernocta y visitas complementarias en un mismo viaje, mientras que las rutas turísticas se establecen con base en temas específicos.

Los circuitos y rutas turísticos más competitivos que buscan combinar diferentes atractivos durante un mismo viaje, lo que impulsa la diversificación de la oferta del país.

En El Salvador, el desarrollo de esta modalidad de turismo, tiene en cuenta tres fórmulas de integración comercial que se orientarán a cada destino y segmento de origen, en función del nivel de desarrollo y atractividad de los destinos.

TODO INCLUIDO

Paquetes que incluyen transporte, alojamiento, alimentos y actividades a través de un solo proveedor, como hoteles todo incluido más transporte; circuitos guiados; eventos especiales y cruceros, entre otros.

Estos paquetes ofrecen seguridad a cambio de flexibilidad. Los viajeros de larga distancia, o quienes requieren más seguridad suelen preferir este tipo de alternativas. Esta modalidad se desarrolla a partir de tour operadores locales que se vinculan con líneas aéreas y mayoristas internacionales para promover la oferta en los países de origen de los turistas potenciales.

PARCIALMENTE RESERVADO

Generalmente son paquetes que incluyen transporte y hotel, aunque en ocasiones pueden incorporar alguna actividad específica. Ofrecen más flexibilidad y los viajeros más experimentados o de mediana distancia suelen preferir este tipo de alternativas. Esta modalidad se consolida a través de sistemas de reservaciones de los hoteles y líneas aéreas.

INDEPENDIENTE

Reserva cada servicio por separado o no reserva. Tiene la ventaja de generar beneficios más directos y mejor distribuidos entre las comunidades receptoras. Los viajeros nacionales y de corta distancia, así como los más conocedores y aventureros, prefieren este tipo de alternativas que les representa mayor libertad y flexibilidad. Requieren la publicación de información de las oportunidades de alojamiento y actividades en los destinos.

La preferencia por los diferentes tipos de consumo de viaje en términos de integración comercial, se relacionan con la percepción de seguridad, la madurez de los mercados y la especialización de la oferta. Los viajeros más experimentados o quienes se sienten más seguros en un destino por su cercanía geográfica, perceptual o idiomática, tienden a viajar de forma más independiente; por lo que la oferta orientada al mercado nacional y regional, tenderá a desarrollarse de forma más independiente; y hacia el mercado de más larga distancia, de forma más organizada. En este sentido, la participación de tour operadores locales es fundamental para diseñar circuitos y paquetes que respondan a los diferentes gustos y necesidades de los mercados. Las condiciones de accesibilidad carretera a diversos destinos del país.

Para viajeros de larga distancia y estadía, el producto de touring de El Salvador, aumenta su competitividad al complementarse con otros países de Centroamérica.

Las líneas de acción para fortalecer el diseño y posicionamiento de los circuitos turísticos son:

- Diseñar estrategias de promoción que les permita a los operadores satisfacer la demanda del mercado nacional e internacional.
- Implementar mecanismos de promoción conjunta los tour operadores para el mercado nacional e internacional.
- Integrar a los tour operadores al Registro Nacional de Turismo
- Impulsar a los tour operadores para diseñar y comercializar productos innovadores y competitivos.
- Participar en ferias internacionales para promover el producto y hacer benchmarking.
- Integrar a los operadores nacionales y regionales para la creación de circuitos multidesfino.

- Promover la capacitación del personal de los tour operadores.
- Fortalecer la asociación de tour operadores de El Salvador.
- Promover las rutas temáticas entre los tour operadores.
- Promocionar las rutas temáticas y circuitos salvadoreños en las guías nacionales e internacionales.
- Fortalecer y diversificar las rutas y circuitos temáticos.

C. FORTALECER Y DIVERSIFICAR EL POSICIONAMIENTO DE LA OFERTA DE SOL Y PLAYA

El segmento de sol playa, relacionado con el ocio y la recreación, sigue siendo uno de los segmentos más grandes a nivel mundial, aunque también de los más competidos.

En los mercados de larga distancia, es una línea clásica de viajeros individuales, y la categoría más dependiente de los tour operadores mayoristas, relacionados con cadenas hoteleras internacionales que comercializan paquetes en la modalidad parcialmente reservado -avión y hotel-, o todo incluido en los límites del propio hotel-resort.

Para viajeros de mediana y corta distancias con pernocta, se reserva y comercializa directamente a través del hotel, mientras que los excursionistas nacionales suelen preferir visitar playas de sus regiones cercanas.

Este segmento mantiene una fuerte competencia por precio, tanto por el tamaño de oferta internacional -orientada a mercados masivos-, como por la diferenciación de los destinos y servicios.

Las estrategias de diferenciación de las playas de El Salvador, vinculadas con sus características físicas y naturales en función de las regiones costeras identificadas en la política de desarrollo, diferenciación y diversificación de los destinos de la franja costera, se complementan con las siguientes alternativas:

Complementariedad con sitios cercanos, tanto culturales como de naturaleza

Creación de culturas modelo que recrean elementos culturales carismáticos como centro de la identidad del destino.

Orientación de destinos hacia una actividad complementaria de acuerdo con su vocación: surf, pesca deportiva, buceo, golf, etc.

Orientación de los destinos hacia segmentos psicográficos como adultos sin niños, familias con niños, luna mieleros, jóvenes, deportistas.

Las líneas de acción para fortalecer y diversificar el posicionamiento de la oferta de sol y playa son:

- Diferenciar los destinos de playa del país a partir de su posición geográfica y la selección de segmentos psicográficos.
- Mejorar la infraestructura hotelera y los servicios complementarios.
- Realizar campañas de posicionamiento conjuntas entre CORSATUR, los empresarios locales y los Gobiernos Municipales.
- Promover la limpieza de las playas en conjunto con las comunidades receptoras.

D. IMPULSAR Y PROMOVER LA ACCESIBILIDAD DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA PERSONAS QUE SE ENCUENTRAN EN SITUACIÓN DE POBREZA O CON DISCAPACIDAD

El acceso a viajes de descanso y recreación para las capas sociales de menores ingresos y grupos menos privilegiados, es parte integral de las políticas de inclusión social y desarrollo turístico incluyente, e implica la intervención de diferentes actores públicos y privados, para asumir compromisos que incrementen y mejoren la oferta de viajes accesibles que contribuyan a mejorar la calidad de vida de los salvadoreños, lo que se denomina como turismo social.

En este contexto, Ministerio de Turismo promueve el turismo social para garantizar la recreación y el disfrute del tiempo libre, en un ambiente y condiciones saludables, seguras y accesibles, fomenta la integración de los actores que participan en la actividad, y la constitución de empresas que tengan por objeto la prestación de servicios turísticos con vocación social, y trabaja en coordinación con el Instituto Salvadoreño de Turismo para promover la recreación familiar y social en los centros administrados por el Instituto procurando visita de personas de estos segmentos, y la creación de nuevos centros para el use y disfrute de las familias salvadoreñas.

Así mismo, el Ministerio de Turismo, en coordinación con el Consejo Nacional de Atención Integral de la Persona con Discapacidad, promueve la adecuación de infraestructuras y la prestación de servicios turísticos que faciliten el desplazamiento y el disfrute de actividades turísticas a visitantes con alguna discapacidad.

Las líneas de acción para promover el turismo social son

- Suscribir acuerdos y convenios interinstitucionales para planificar e implementar iniciativas de apoyo para el turismo social de manera coordinada en el ámbito nacional y regional
- Crear alianzas que promuevan la cooperación del el sector privado, las organizaciones gremiales, las organizaciones de la sociedad civil y el sector público, para el desarrollo y promoción del turismo social.
- Desarrollar una oferta creativa y significativa para personas menos privilegiadas.
- Crear estrategias de promoción y vinculación con grupos vulnerables.
- Formular instrumentos de apoyo y fuentes de financiamiento para el desarrollo de turismo social.
- Proporcionar asistencia técnica a empresas y destinos turísticos para la implementación de estrategias de turismo social, así como para adecuar sus instalaciones para facilitar la movilidad de personas con discapacidad.
- Establecer mecanismos y prácticas que favorezcan el desarrollo sostenible y sustentable del turismo social.
- Generar descuentos o exoneraciones de pago a los parques recreativos, museos, teatros y otros servicios de entretenimiento durante días de asueto y temporadas vacacionales, dirigidos a los segmentos de la población señalados.

E. PROMOVER LA LLEGADA DE CRUCEROS A LOS PUERTOS DE EL SALVADOR Y EL CONSUMO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS Y COMPLEMENTARIOS EN TIERRAS SALVADOREÑAS

El crecimiento experimentado por el sector de los cruceros durante los últimos años, en gran parte por el crecimiento de la demanda registrada entre los viajeros norteamericanos y europeos, especialmente británico y alemán, tiene su reflejo en la tendencia al aumento de la capacidad de los buques propiciada por la construcción de nuevos barcos, y el incremento de la competencia entre los puertos-destino, que ofrecen cada día mejores condiciones a las líneas de cruceros para que éstas los incluyan en sus itinerarios.

Los paquetes de cruceros de las grandes navieras se comercializan principalmente a través de agencias de viajes, mientras los más pequeños y especializados, se inclinan por el contacto directo con el cliente, evitando la intermediación.

Aunque es un producto clásico de la modalidad todo incluido, al llegar a los destinos, los cruceristas tienen la opción de bajar al puerto para realizar distintas actividades que se llevan a cabo en cinco modalidades:

Como parte de un paquete prevendido en el crucero, o de forma independiente, aunque su estadía está predeterminada y la visita dura únicamente algunas horas.

Excursiones organizadas por los tour operadores oficiales que se pre venden a bordo del barco.

Comprar excursiones directamente en el puerto con operadores independientes o taxistas.

Permanecer en la ciudad-puerto de forma independiente.

Permanecer a bordo del barco.

Los cruceros más populares, son los que se desarrollan entre 4 y 5 días, en las regiones cercanas a los mercados de origen, como el caribe y el mediterráneo, seguidos por los de

7 a 21 días, que son los más competidos por la diversidad de destinos interesados en acceder a este segmento, en el cual los puertos de El Salvador, tienen posibilidades de reconocimiento, y los de larga estadía entre los que destacan los viajes trasatlánticos, que se realizan dos veces por año en los principales cambios de temporada en las zonas con condiciones climáticas extremas como el Norte de Europa, Alaska y el Estrecho de Magallanes.

Las estrategias de promoción de El Salvador como destino de cruceros se generan en tres fases:

a. Negociación con las líneas de cruceros que establecen sus itinerarios con base en la disponibilidad de su flotilla, el equilibrio entre el tiempo de mar y tiempo en tierra, puertos de embarque y de escala que despierten e interés de los turistas, que cuenten con una buena red de comunicaciones, un adecuada infraestructura portuaria que permita el avituallamiento y aprovisionamiento de combustible, así como la posibilidad de realizar excursiones en tierra.

b. Promoción de las actividades en tierras salvadoreñas dentro del barco, tanto para quienes deciden explorar el país a través de los tour operadores oficiales, como para quienes prefieren visitar el país a su ritmo.

c. Dinamizar la experiencia de los cruceristas que deciden permanecer en la ciudad-puerto, teniendo en cuenta que entre los principales satisfactores de este segmento, es la compra de artesanías y souvenirs.

Las líneas de acción para promover la llegada de cruceros a los puertos de El Salvador y el consumo de productos turísticos y complementarios en tierras salvadoreñas son:

- Establecer contacto directo con las líneas de cruceros para negociar la escala en El Salvador.

- Generar material especializado respecto a las capacidades de los puertos, la atractividad de los destinos del país y la capacidad de los tour operadores locales.
- Establecer convenios con las navieras para promover las excursiones en tierra

F. APROVECHAR Y FORTALECER EL POSICIONAMIENTO DE EL SALVADOR COMO DESTINO EMBLEMÁTICO DE SURF

Las playas de El Salvador están consideradas entre las mejores del mundo para surfear. El estatus *mejores del mundo*, confiere a este segmento una prioridad específica, tanto en términos del segmento en particular, como en la proyección del país en general. El carisma y la emoción de este deporte, su relación con la idea de domar las olas, es un factor altamente atrayente aún para los no surfistas, y es posible vincularla perceptualmente con el dinamismo salvadoreño, por lo que la imagen del surf se integrará a las campañas de comunicación hacia todos los segmentos turísticos del país.

Como en otras líneas de productos especializadas, el entorno y los servicios turísticos genéricos como alojamiento, alimentos y bebidas y actividades complementarias, influyen menos en la selección del destino, que las condiciones naturales, actividades y servicios relacionados con la actividad en particular.

La oferta para surfistas se comercializan en paquetes que giran en torno a la actividad, aunque en general dejan espacio para realizar actividades adicionales, que se contratan en el destino. Para la promoción y comercialización de este tipo de productos existen canales altamente especializados

como clubes, asociaciones y revistas para surfers. La realización de eventos especiales como competencias, demostraciones, son factores que aumentan la visibilidad del país entre los surfistas y promueven la visita tanto durante el evento como posteriormente.

Las líneas de acción para aprovechar y fortalecer el posicionamiento de El Salvador como destino de surf son:

- Fortalecer la Federación Salvadoreña de Surf (FESATUR) y su vinculación con patrocinadores interesados.
- Promover el deporte surf entre las comunidades receptoras para aumentar la popularidad, visibilidad y reconocimiento del país, e impulsar la especialización de los servicios relacionados.
- Promover paquetes específicos para surfers a través de canales especializados.
- Establecer acciones de relaciones públicas para generar editoriales en las revistas especializadas.
- Diseñar y promover eventos especializados y competencias de surf para distintas categorías.

G. FOMENTAR LOS VIAJES RELACIONADOS CON OTROS DEPORTES ESPECIALIZADOS

La relación que tienen los deportes con la movilidad de personas hacia lugares distintos a su residencia, tanto para realizarlos como para observarlos,

representa un fenómeno social integrador, que abarca desde los torneos inter-cantonales hasta la realización de torneos

internacionales con deportistas de nivel mundial.

Las actividades deportivas, sus beneficios a la salud y el valor de las vivencias derivadas de realizarlas, les confieren un valor estratégico para el fortalecimiento de la experiencia turística.

Adicionalmente los deportes fomentan la integración social y la pertenencia a grupos y comunidades especializadas, y generan beneficios económicos a partir de la comercialización de bienes y servicios complementarios, como la venta de insumos y equipos especializados necesarios para realizarlos, la industria de alimentos y bebidas, el hospedaje, el desarrollo de tours especializados, entre otros.

La complementariedad de los destinos con actividades deportivas como el golf, la pesca deportiva, el buceo, el ciclismo, el senderismo, el rappel, la escalada, el kayaking y el velerismo, entre otros, generan visibilidad para los destinos y promueven el disfrute de las comunidades locales.

Las estrategias de posicionamiento del país toman en cuenta dos corrientes de especialidad:

CON ESPECIAL INTERÉS EN EL DEPORTE

Los deportistas profesionales y amateur suelen viajar de manera regular para participar en competencias y eventos deportivos, o bien practicar su deporte de interés en lugares que ofrecen experiencias distintas y diferenciadas a las que encuentran en sus lugares de origen.

El valor agregado de conocer nuevos lugares, acumular experiencias y la posibilidad de relacionarse con otras personas interesadas en el deporte que practican, son una motivación de viaje en sí mismo.

Los eventos, torneos, competencias, la diferencia en los paisajes y la

infraestructura y servicios relacionados con la práctica de sus deportes de interés, son tomados en cuenta para la elección de los destinos.

Por otro lado, los seguidores o fans, suelen realizar viajes a donde se llevan a cabo los eventos en donde participan deportistas o equipos de su interés, o bien para acompañar a sus familiares y amigos deportistas y apoyarlos en sus eventos deportivos.

Los integrantes de este segmento, también realizan viajes de práctica o recreativos en los cuales pueden realizar otras actividades turísticas o deportivas.

INTERÉS OCASIONAL

Algunos deportes pueden representar atractivos turísticos por sí mismos, aún para personas que normalmente no realizan este tipo de actividades, y pueden ser desarrollados como productos turísticos complementarios para otros segmentos de interés.

Las líneas de acción para fomentar los viajes relacionados con deportes especializados son:

- Fortalecer los clubes y federaciones vinculados con los deportes que se realizan el país.
- Promover el deporte entre las comunidades receptoras para aumentar la popularidad, visibilidad y reconocimiento del país, e impulsar la especialización de los servicios relacionados.
- Promover paquetes específicos para diferentes deportes a través de canales especializados.
- Establecer acciones de relaciones públicas para generar editoriales en las revistas especializadas.
- Diseñar y promover eventos especializados y competencias de surf para distintas categorías.

H. POSICIONAR LOS SERVICIOS MÉDICOS Y LA OFERTA TURÍSTICA RELACIONADA

El turismo médico es un fenómeno global que está tomando auge en El Salvador y representa una oportunidad para diversificar la oferta turística y atraer flujos de turistas internacionales hacia los destinos del país, tomando como anclas tratamientos innovadores y tecnología de punta con los que actualmente cuentan los hospitales de los mayores centros urbanos del país, que hacen posible ofrecer tratamientos y procedimientos estándares.

De acuerdo con el diagnóstico de turismo médico en El Salvador, los servicios más solicitados, son: los servicios terapéuticos, procedimientos de diagnóstico, servicios dentales y cirugías. Con esto en mente, los empresarios de salud se han agrupado para impulsar el turismo médico salvadoreño, invitando a servicios de transporte, alojamiento, operadores de turismo, universidades y profesionales o empresas que ofrezcan servicios relacionados con el sector. Esta iniciativa cuenta con el apoyo del Ministerio de Turismo, así como de la JCI: *Joint Commission International*, AAACH:

Accreditation Association for Ambulatory Health Care, AAAASFI: *The American Association for Accreditation of Ambulatory Surgery Facilities*.

En esta categoría también se incluyen a los visitantes que viajan por motivo de acompañamiento de los pacientes que utilizan los servicios médicos y que realizan actividades diversas.

Las líneas de acción para fortalecer el turismo médico son:

- Generar alianzas entre actores del sector turismo y el sector salud.
- Realizar campañas específicas entre los mercados de mayor oportunidad como salvadoreños en el exterior y personas de países vecinos.
- Fortalecer las asociaciones de turismo médico de El Salvador
- Promover la certificación internacional de los hospitales del país y el establecimiento de convenios con las empresas aseguradoras.
- Generar alianzas con seguros médicos internacionales.

I. IMPULSAR EL DESARROLLO Y PROMOCIÓN DEL TURISMO DE BIENESTAR

El turismo relacionado con los viajes asociados al bienestar físico, emocional y espiritual de las personas, denominado como *wellnes*, integra diversas actividades de relajación, terapias alternativas, spa y baños de vapor, deportes aeróbicos y comida saludable. Estas actividades representan un motivo de viaje por sí mismas, así como la oportunidad de complementar la experiencia de otros segmentos de interés para incrementar la satisfacción, el gasto y la estadía de los visitantes al país.

Como en otros segmentos del mercado, el turismo de bienestar está relacionado con el cuidado del entorno y su diferenciación se asocia con la incorporación de técnicas

ancestrales y vanguardistas, así como la vinculación con los elementos del entorno en una combinación que permita la sanación física, los tratamientos de belleza, la relajación y el descanso, el entretenimiento, el balance de la vida y la espiritualidad, que se relacionan con la calidad de vida de las personas.

Las líneas de acción para impulsar el desarrollo y promoción del turismo de bienestar son:

- Generar alianzas entre prestadores de servicios relacionados con el bienestar, alojamiento, actividades recreativas complementarias, alimentación y transporte.

- Impulsar el desarrollo de turismo de salud en los destinos identificados en los corredores productivos del país, orientándolo a los elementos identificadores de cada destino.
- Propiciar el desarrollo de proyectos de bienestar en las comunidades rurales, incorporando elementos relacionados con las costumbres y tradiciones locales, así como el aprovechamiento de los productos agrícolas característicos para la elaboración de productos relacionados.
- Incorporar las alternativas existentes a las campañas de promoción del país .

J. PROMOVER EL DESARROLLO Y POSICIONAMIENTO DE VIAJES DE APRENDIZAJE

El turismo relacionado con el aprendizaje como motivo de viaje, ha cobrado importancia en el ámbito turístico de El Salvador en diferentes vertientes, entre las que destacan el turismo académico, los cursos de verano para jóvenes y los cursos de español.

TURISMO ACADÉMICO

El turismo académico se relaciona con intercambios escolares, en el que estudiantes extranjeros son recibidos por escuelas y universidades salvadoreñas .

Los estudiantes internacionales, buscan compartir y comprender la cultural local, al tiempo que incrementan su preparación académica. La oferta para este segmento, incluye transportación, hospedaje en hogares, hostales o en los campus de las universidades, así como programas de educativos y de extensión universitaria, que aumenten los conocimientos, habilidades, actitudes, destrezas y valores provenientes de las diversas áreas del saber. Idealmente, los programas académicos son reconocidos por las escuelas y universidades de los países de origen de estos viajeros.

Los estudiantes de otros países, generan valor multicultural a la educación nacional, y representan una oportunidad para los destinos del país que son visitados por ellos durante sus tiempos libres de estudio formal, además de convertirse en promotores del país en el que estudian por un tiempo limitado.

CURSOS DE VERANO Y CLASES DE ESPAÑOL

La modalidad de aprendizaje en cursos de verano, que no requieren revalidación académica, representa una oportunidad para convocar jóvenes de distintos países interesados en conocer la cultura salvadoreña o latinoamericana.

Las características y el ambiente del destino pueden determinar su selección del viaje. Se comercializan en paquetes que en general, incluyen enseñanza y alojamiento durante la estadía. El producto combina tiempos de aprendizaje con esparcimiento y convivencia con la comunidad receptora, y en general los jóvenes de mayor edad realizan actividades adicionales por su cuenta. Es un segmento de alta estadía que provoca la creación de vínculos entre el turista y el destino, lo que tiene una influencia positiva en la recomendación y la repetición. Para la promoción y comercialización de este tipo de productos existen canales especializados.

Las líneas de acción para fortalecer el desarrollo y posicionamiento del turismo académico son:

- Generar alianzas entre CORSATUR y las Universidades de El Salvador interesadas en ofrecer una oferta académica para estudiantes extranjeros.
- Generar alianzas con universidades de otros países.

- Diseñar ofertas que incluyan hospedaje, tours y componentes académicos que sean de interés para estudiantes internacionales.

- Promover programas de intercambio.

K. DESARROLLAR MECANISMOS PARA DINAMIZAR EL TURISMO RELIGIOSO

La participación en actividades que forman parte de la expresión religiosa de los visitantes, incluyendo visitas a sitios y monumentos sagrados, visitas a líderes religiosos y peregrinaciones, es una de las manifestaciones turísticas más antiguas de la humanidad. En los últimos años, su impulso y administración desde el ámbito turístico, ha cobrado importancia al medir los impactos de este segmento en las comunidades receptoras.

Los motivos más representativos que alientan la visita a lugares sagrados, incluyen celebraciones en fechas señaladas anualmente, así como participación en celebraciones religiosas con motivos simbólicos, retiros espirituales, congresos eucarísticos, encuentros con líderes religiosos, y visitas a monumentos emblemáticos en que se guardan reliquias de santos o imágenes representativas.

Uno de los principales retos de éste movimiento turístico, consiste en ordenar los flujos de visitantes que se congregan durante fechas especiales, pues la sobrecarga de los destinos en que se desarrollan, limita la satisfacción de los visitantes y los anfitriones, además de

causar desgaste al patrimonio cultural y religioso que motiva la visita, por lo que se hace necesario establecer programas de manejo de visitantes que incluyan: reglas claras de comportamiento; señalética indicativa; implementación y ordenamiento de servicios turísticos temporales para atender a los visitantes en fechas críticas como establecimientos de alimentos y bebidas, alojamiento, venta de artículos de conveniencia, entre otros.

Líneas de acción para estimular y administrar los flujos de visitantes por motivos de fe.

- Establecer alianzas con guías religiosos.
- Promover un calendario de eventos religiosos del país que contemple un catálogo de servicios turísticos relacionados, y recomendaciones para la visita.
- Generar programas de manejo de visitantes para las temporadas de alta concentración de visitantes.
- Identificar y promover destinos e instalaciones turísticas adecuados para retiros espirituales.

L. AUMENTAR LA SATISFACCIÓN, EL GASTO, ACOMPAÑAMIENTO Y RECOMENDACIÓN DE LOS VIAJEROS INDIVIDUALES DE NEGOCIOS

El segmento de viajeros de negocios individuales es uno de los segmentos de mayor tamaño e influencia en el país. La ciudad de San Salvador como centro diplomático y comercial, es la principal receptora de turistas de negocios en el país, aunque las ciudades intermedias atraen a este tipo de turistas relacionados con sus

actividades comerciales. Es un segmento de que impulsa el desarrollo de instalaciones y servicios de calidad, que incide en el desarrollo económico del país.

La oferta para los viajeros individuales se establece principalmente en la modalidad parcialmente reservado que incluye transporte y hotel, aunque los turistas de

corta distancia viajan en transporte público, automóvil propio o de la empresa en que laboran, y reservan sus servicios de alojamiento de forma independiente.

El número de turistas y la elección de los destinos de viaje no dependen de factores turísticos, sino principalmente comerciales, por lo que su captación no implica una competencia directa con otros destinos.

Es posible aumentar el acompañamiento, estadía y gasto promedio, así como su desplazamiento a otras zonas del país, estableciendo promociones especiales y generando información en sitio que motive a estos viajeros a consumir actividades culturales y de naturaleza, servicios complementarios, así como productos artesanales o industriales que impulsen el

desarrollo del país, aumenten su gasto diario per cápita e incluso incidan en la duración de su viaje.

Las líneas de acción para aumentar la satisfacción, el gasto, acompañamiento y recomendación de los viajeros individuales de negocios son:

- Diseñar paquetes para acompañantes.
- Mejorar los servicios especializados en los hoteles.
- Promover actividades culturales, de naturaleza y entretenimiento, así como productos complementarios en los establecimientos de hospedaje, alimentos y bebidas.
- Mejorar el servicio de taxis y renta de autos.

M. CONSOLIDAR LA POSICIÓN DE EL SALVADOR EN EL SEGMENTO DE REUNIONES, CONVENCIONES, FERIAS Y EXPOSICIONES.

El segmento de reuniones, convenciones, ferias y exposiciones se desplaza a los destinos del país con una doble motivación: la convivencia productiva en un lugar que permita cumplir objetivos específicos de negocios y profesionales para el grupo en cuestión, y la convivencia recreativa que promueve la realización de actividades turísticas. En este sentido, la operación de reuniones y convenciones tienen un efecto multiplicador que por un lado, impulsa el desarrollo de infraestructura hotelera, áreas para reuniones y servicios de alimentos y bebidas, y por la otra, estimula la creación y fortalecimiento de actividades creativas orientadas al ocio y la recreación, y compensa la temporalidad que presentan otros segmentos y promueve turismo repetitivo individual.

Este segmento posibilita una estadía de corta y media duración, que permite a los visitantes conocer la realidad turística, social, económica y medioambiental de El Salvador, y fortalece a otros sectores productivos del país, fomentando el

intercambio comercial, científico y tecnológico, así como la transferencia de conocimientos en diversos campos de interés nacional, y tiene estrechas sinergias con el turismo de negocios.

El crecimiento de la industria y el comercio locales son factores que inciden en la necesidad de contar con infraestructura para grupos de gran tamaño, así mismo, la especialización del país en actividades productivas, científicas o diplomáticas específicas, son factores que aumentan la competitividad de El Salvador para aprovechar éste segmento, que es uno de los de mayor expectativa de crecimiento a escala mundial.

Su consolidación requiere el fortalecimiento de infraestructura y servicios especializados, así como integradores de servicios que solventen las necesidades de los organizadores que pueden ser *meeting planners* profesionales, empresas u organizaciones independientes.

La selección de los destinos depende en gran medida de su conectividad y el tamaño de los grupos, que pueden clasificarse en:

- grupos pequeños (hasta 100 pasajeros)
- grupos medianos (de 100 a 500 pasajeros)
- grupos grandes (de 500 a 1,000 pasajeros)
- y mega grupos (más de 1,000 pasajeros)

La oferta de El Salvador permite competir en los primeros tres tipos de grupos.

A mayor tamaño del grupo, se requiere mayor tiempo de preparación para la organización de la reunión, llegando en ocasiones a requerirse de varios años de trabajo para su planeación, y se demanda un esquema de comercialización más sofisticado, en tanto que los grupos pequeños con frecuencia se comercializan directamente sin la intervención de intermediarios, entre los organizadores de la reunión y los proveedores de servicios.

Las características del destino inciden en la decisión de los organizadores de las reuniones, así como en la asistencia y estadía de los participantes, por lo que la promoción del segmento se complementa con campañas de turismo de ocio y recreación.

Los organizadores tienen fuerte incidencia en el número de visitantes que asisten a estos eventos y realizan promoción de ventas de forma cerrada hacia los participantes que les interesa atraer, de manera que es necesario establecer vínculos con estos actores.

Los organizadores de eventos locales integran paquetes todo incluido, aunque los participantes pueden optar por realizar actividades adicionales en los destinos, así como en prologar su estadía y hacerse acompañar por amigos o familiares, lo que implica fortalecer las capacidades locales para la integración de ofertas competitivas

para los grupos de interés y el desarrollo de paquetes complementarios.

La consolidación del segmento de reuniones, convenciones, ferias y exposiciones en El Salvador, se orienta a:

Promover la movilidad y la convivencia productiva entre los salvadoreños y los visitantes.

Reforzar la imagen de liderazgo del país en Centroamérica y el mundo.

Robustecer y mejorar la infraestructura turística.

Organizar e introducir actividades turísticas atractivas y aumentar la estadía y el gasto per cápita en los destinos de El Salvador.

Las líneas de acción para consolidar la posición de El Salvador en el segmento de reuniones, convenciones, ferias y exposiciones son:

- Fortalecer al Buró de Visitantes y Convenciones.
- Dar seguimiento a los programas de capacitación.
- Fortalecer de la Certificación Nacional de Turismo de Reuniones en El Salvador.
- Participación en ferias especializadas.
- Identificar eventos afines a las prioridades del país y definir estrategias de captación específicas para atraerlos.
- Vinculación con los organizadores de eventos; asociaciones gremiales de diversos sectores; grandes, medianas y pequeñas empresas.
- Fortalecimiento de la infraestructura local orientada al segmento.
- Publicación de un catálogo para reuniones y convenciones medianas y pequeñas, que integre la oferta de los destinos que cuentan con mayores oportunidades de captación, e incluya actividades adicionales para los grupos y sus acompañantes.

N. MEJORAR LA EXPERIENCIA, EL GASTO PER CÁPITA Y LA RECOMENDACIÓN DEL SEGMENTO DE FAMILIARES Y AMIGOS

Es el segmento de familiares y amigos, llamado también turismo nostálgico, está relacionado con una doble motivación: el interés de reencontrarse con personas afines y queridas; y la oportunidad de complementar su estadía con experiencias de ocio y recreación en los destinos que se visitan. El segmento de visita a familiares y amigos representa una oportunidad de gran relevancia para El Salvador, tanto por el porcentaje de salvadoreños que residen en el exterior, como por la movilidad que genera dentro del país, que incide en la distribución los beneficios del turismo entre diversos sectores de la población.

Este segmento se hospeda generalmente en hogares, sin embargo genera importantes efectos en la economía local, tanto por su consumo de productos locales, como en los establecimientos de alimentos y bebidas, así como por su participación en actividades típicamente turísticas.

Se reconocen tres principales motivos por los cuales los turistas de este segmento se desplazan a un lugar en particular, ya sea su destinos de origen, o un destino que habita una persona cercana que motiva la visita. Cada uno de ellos, requiere de tratamiento especial.

POR RECREACIÓN COMPARTIDA

En general sólo se compra el transporte en el lugar de origen, pues los turistas se hospedan en casas de sus familiares y amigos. Una vez en los destinos, los visitantes utilizan servicios de alimentos y bebidas y realizan actividades recreativas acompañados de sus familiares y amigos del destino que visitan. El nivel de influencia de los familiares y amigos en la selección de un destino tiene matices en función de la cercanía emocional de las personas. Las

características del destino pueden ser determinantes para motivar el viaje: quienes residen en destinos aspiracionales reciben más visitantes.

Su importancia radica en los beneficios económicos y sociales que reciben las comunidades receptoras.

POR NECESIDAD EXPLÍCITA

En esta categoría se incluyen a los visitantes que viajan por motivo de acompañamiento en enfermedad o siniestros, y su consumo y comportamiento en los destinos es poco susceptible a ser motivada o modificada.

EVENTOS SOCIALES Y FAMILIARES

Aunque puede organizarse a través de un proveedor especializado, generalmente los servicios son contratados directamente por los interesados. Los organizadores de los eventos promueven el viaje y determinan el número de asistentes. Las características del destino inciden en la decisión final de los viajeros.

Las líneas de acción para mejorar la experiencia, gasto per cápita y recomendación del segmento de familiares y amigo son:

- Analizar las oportunidades específicas de este segmento para cada destino.
- Generar ofertas específicas para promover el acompañamiento de los visitantes.
- Promover la recomendación de los destinos a través de redes sociales y dar seguimiento a los sitios web de clubes y asociaciones relacionadas para detectar áreas de mejora a la experiencia.
- Promover la realización de eventos sociales organizados.

23. POLÍTICA DE ORIENTACIÓN POR SEGMENTOS DE ORIGEN

La orientación de la oferta turística salvadoreña hacia los segmentos de mayor oportunidad, tiene en cuenta que entre más larga es la distancia que se recorre para llegar a un destino, el tiempo de estadía y la amplitud del recorrido durante el viaje, aumentan.

Así mismo, se consideran algunas excepciones que se toman en cuenta para organizar la oferta de los destinos en cuanto a la relación con de tiempo de estadía y tipos de destinos:

TIPO DE HOSPEDAJE: Los turistas que viajan a una residencia de descanso, sea propia, rentada, prestada, o quienes se hospedan con familiares y amigos, tienden a permanecer más tiempo en un destino autónomo, aunque en la medida en que se prolonga su estadía, complementan su viaje con excursiones radiales, por lo que la información de actividades en sitio es determinante para aumentar su satisfacción y generar mayor derrama económica en las comunidades locales.

MOTIVOS DE VIAJE: La estadía de turistas de negocios puede afectarse por la distancia de su origen, entre más larga la distancia de origen, tenderán a prolongar su estadía y

realizar actividades adicionales; los turistas de aprendizaje o cuyo motivo se relacione con la salud, permanecerán en un destino de acuerdo al programa que consuman, etc.

PERFIL Y COMPAÑÍA DURANTE EL VIAJE: Las personas de tercera edad y las familias con hijos pequeños tienen menos movilidad y su estadía puede ser diferente a la mayoría de los otros segmentos.

Estrategias de promoción por segmentos de origen

A. Fortalecer las estrategias de producto-mercado para viajeros nacionales.

B. Orientar las estrategias de producto-mercado para los salvadoreños en el exterior.

C. Orientar la estrategia de producto-mercado para viajeros centroamericanos.

D. Orientar las estrategias de producto-mercado para viajeros de larga distancia.

E. Ofrecer alternativas de visita a pasajeros en tránsito a través del proyecto stop over.



A. FORTALECER LAS ESTRATEGIAS DE PRODUCTO-MERCADO PARA VIAJEROS NACIONALES

En prácticamente todos los países del mundo, el mercado interno se considera la base de despegue al desarrollo sostenible del turismo. La importancia de la demanda interna, radica en la necesidad de generar fórmulas que faciliten la distribución de la riqueza. Promover turismo interno facilita que los salvadoreños tengan acceso a conocer los destinos del país y a realizar actividades lúdicas y culturales, que fortalezcan la valoración de lo propio y genere un sentido de pertenencia y orgullo; además de contribuir con la educación y cultura de los salvadoreños.

La cercanía de los destinos nacionales, provoca que la mayoría de los viajes que se realizan dentro del país, sean en formato de excursión, sin pernocta y de forma independiente; por lo que la información sobre cómo llegar, dónde comer y qué hacer en los destinos nacionales, es un tema relevante para provocar la movilidad de estos viajeros dentro del país.

Para desarrollar y promover las líneas de producto adecuadas para este segmento de origen, deberán particularizarse las estrategias en función de los atributos de cada destino, lo que representará un ejercicio de diferenciación y competencia interna. Esto implica que cada destino desarrolle su propia estrategia de marca y se oriente hacia las regiones del país que mejor se vinculen con sus propuestas.

B. ORIENTAR LAS ESTRATEGIAS DE PRODUCTO-MERCADO PARA LOS SALVADOREÑOS EN EL EXTERIOR

Tomando en consideración el alto porcentaje de la población de salvadoreños en el exterior y el reto de generar esquemas de integración familiar, al estrechar los vínculos entre ellos y sus familias residentes en el país; una actividad como el turismo, que genera lealtad y sentido de pertenencia de estos ciudadanos salvadoreños, además

Las principales líneas de producto afines al mercado nacional son:

- Cultural, paisaje rural y ecoturismo
- Visita a familiares y amigos
- Ocio y recreación
- Turismo de negocios y motivos profesionales
- Turismo médico
- Turismo religioso
- Turismo social

Las líneas de acción para fortalecer las estrategias de producto-mercado para viajeros nacionales son:

- Monitorear los factores principales que inciden en la decisión de los viajeros nacionales, y las áreas de oportunidad para cada destino y línea de producto.
- Diseñar estrategias de diferenciación para cada destino.
- Generar alianzas entre instituciones promotoras, transportistas, tour operadores, hoteles, restaurantes, guías y promotores de actividades locales.
- Promover a los tour operadores turísticos que cuentan con una oferta adecuada para los salvadoreños.
- Vincular con las estrategias de promoción de la demanda pertinentes para este mercado.
- Integrar ofertas regionales diversificadas y complementarias para el mercado nacional.

de generar el ingreso de divisas directas. A su vez, el fortalecer el vínculo familiar incide en el envío de remesas; por lo tanto, las acciones que se desarrollen hacia este segmento son de carácter prioritario.

La gran mayoría de los viajeros de este segmento, se hospedan en hogares de su

familia y amigos, sin embargo, la distribución del ingreso turístico se vincula con otros servicios, como restaurantes, entradas a sitios culturales, naturales y de recreación, así como compras para su familia local y souvenirs para llevar a sus destinos de residencia.

Es un segmento clásico del denominado nostálgico, y la principal competencia para los viajes de este segmento a El Salvador, es la cercanía de otros destinos en su lugar de residencia, de manera que es necesario generar motivaciones complementarias a la convivencia familiar.

Para desarrollar y promover las líneas de producto adecuadas para este segmento, deberán particularizarse las estrategias en función de los atributos de cada destino, lo que representará un ejercicio de diferenciación y competencia interna. Esto implica que cada destino desarrolle su propia estrategia de marca y se oriente hacia las regiones del país que mejor se vinculen con sus propuestas.

Las principales líneas de producto afines al mercado nacional son:

Cultural, paisaje rural y ecoturismo

Visita a familiares y amigos
Turismo de negocios y motivos profesionales
Sol y playa
Cursos de verano
Turismo médico

Las líneas de acción para orientar las estrategias de producto-mercado para los salvadoreños en el exterior son:

- Generar alianzas entre instancias vinculadas con los salvadoreños en el exterior.
- Generar ofertas específicas para promover que los salvadoreños en el exterior, viajen acompañados de sus amigos.
- Proporcionar información sobre las novedades de los destinos, que propongan una motivación adicional para regresar e invitar a sus amigos en sus destinos de residencia.
- Promoción de los destinos a través de redes sociales.
- Identificar e incentivar otras fechas relevantes o motivos para convocar a los salvadoreños en el exterior, de acuerdo a las regiones y localidades.

C. ORIENTAR LA ESTRATEGIA DE PRODUCTO-MERCADO PARA VIAJEROS CENTROAMERICANOS

La región centroamericana es la principal fuente de turismo internacional hacia El Salvador, especialmente Honduras y Guatemala, por lo que se enfocarán esfuerzos por fortalecer estos mercados y, además de atraer mayor número de visitantes, proporcionar una oferta turística que sea atractiva para incrementar el número de días que permanecen en El Salvador y generar un mayor gasto, favoreciendo la integración social del pueblo centroamericano.

La promoción de congresos y convenciones relacionadas con asuntos de integración centroamericana en todos los ámbitos

económicos, sociales, culturales, gremiales, y de intercambio de conocimientos; fortalecerá el liderazgo y posicionamiento de El Salvador en la región.

Las principales líneas de producto afines al mercado nacional son:

Congresos y convenciones
Sol y Playa
Cultural, paisaje rural y ecoturismo
Negocios independientes
Visita a familiares y amigos
Turismo religioso
Turismo médico

Las líneas de acción para orientar la estrategia de producto-mercado para viajeros Centroamericanos son:

- Posicionar a El Salvador como el destino para reuniones, congresos y convenciones, teniendo en cuenta su posición estratégica en la región.
- Generar ofertas específicas para viajeros centroamericanos.

- Fomentar el posicionamiento de tour operadores turísticos que cuentan con una oferta adecuada para los centroamericanos.
- Vincular las estrategias de promoción de la demanda pertinentes para este mercado.
- Integrar a El Salvador a los circuitos turísticos de Centroamérica con mayor contundencia y participación.

D. ORIENTAR LAS ESTRATEGIAS DE PRODUCTO-MERCADO PARA VIAJEROS DE LARGA DISTANCIA

Este segmento requiere la creación de ofertas específicas orientadas a nichos de mayor oportunidad del mercado, que pueda generar más rápidos y mayores rendimientos sobre la inversión que se realice para convocarlos.

Las líneas de producto identificadas para los viajeros de larga distancia se relacionan con dos tipologías de líneas de producto: intereses especiales y nichos específicos; lo que implica la focalización de estrategias de promoción y comercialización.

Líneas de producto prioritarias para el mercado de larga distancia.

Congresos y Convenciones
Cultural, paisaje rural y ecoturismo
Cruceros

NICHOS ESPECIALIZADOS

Surf
Sociología arqueológica
Historia reciente vinculada con el periodo de guerra y la firma de la paz.

La promoción turística de El Salvador en mercados de larga distancia requiere ubicar el país como parte de una región: Centroamérica o Mundo Maya, dependiendo

del tipo de producto y segmento hacia donde se dirige la estrategia.

Las líneas de acción para fortalecer las estrategias de producto-mercado para viajeros de larga distancia son:

- Fortalecer la oferta de los destinos que cuentan con productos vinculados con los intereses especiales y nichos específicos, identificados como prioritarios.
- Generar alianzas con tour operadores internacionales y regionales para el segmento de touring.
- Promover la publicación de productos y servicios de viaje de El Salvador, en guías de Centroamérica y Mundo Maya.
- Aprovechar la promoción de la oferta turística para promover la imagen del país ante el mundo.
- Vinculación con las estrategias de promoción de la demanda pertinentes para este mercado.
- Promover a El Salvador con líderes de opinión, los cuales pueden ser personalidades, artistas, empresarios, etc., de corte nacional o internacional, que fortalezcan la marca país.

E. OFRECER ALTERNATIVAS DE VISITA A PASAJEROS EN TRÁNSITO A TRAVÉS DEL PROYECTO STOP OVER

El proyecto *stop over* tiene como finalidad ofrecer alternativas a los pasajeros en tránsito que llegan al aeropuerto de El Salvador, independientemente de su origen, para motivarlos a conocer los atractivos turísticos de El Salvador durante el tiempo que permanecen en el país.

Las líneas de acción para ofrecer alternativas de visita a los pasajeros en tránsito son:

- Realizar alianzas estratégicas entre MITUR y las entidades públicas relacionadas con la atención de los pasajeros en tránsito.
- Realizar alianzas estratégicas entre CORSATUR y las empresas tour operadoras salvadoreñas y otras prestadoras de servicios para diseñar productos adecuados a los tiempos de los pasajeros en tránsito.
- Promover las alternativas de visita en el aeropuerto.

24. POLÍTICA DE INFORMACIÓN EN SITIO

La satisfacción de los turistas durante su estadía, se relaciona en gran medida con su posibilidad de conocer las opciones que ofrece el lugar que visitan y realizar actividades que le sean afines; para lo cual, es condición indispensable que estas opciones se encuentren a su disposición. Esto implica la articulación de diversos medios de información, cuyo propósito será provocar el movimiento de los visitantes en los destinos, induciendo a los turistas a visitar los sitios que se han preparado para su recepción y realizar actividades que los complazcan, promoviendo la distribución de los beneficios que se generan, entre las comunidades receptoras.

La confección de mecanismos de información, deber responder y hacerse

cargo del sentido práctico y comercial del recorrido del visitante. La información proporcionada, buscará estimular la compra de servicios y bienes relacionados con cada sitio y con ello auspiciar, facilitar e inducir la creación y fortalecimiento de negocios, que tienen como base una predecible rentabilidad a partir del consumo turístico.

Estrategias de información en sitio

A. Promover la difusión de información a través del personal de contacto.

B. Producir y distribuir material informativo en sitio.

C. Diseñar y colocar señalética indicativa.

A. PROMOVER LA DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN A TRAVÉS DEL PERSONAL DE CONTACTO

Los turistas buscan información entre la comunidad local. El conocimiento de la población y particularmente del personal de contacto –repcionistas, guías, taxistas, meseros, dependientes de las tiendas-, sobre los atractivos, productos y quehaceres

de la localidad; así como su disposición a informar a los visitantes sobre ellos, es clave para responder con oportunidad frente a las necesidades de información de los visitantes.

Es así, que la principal estrategia para difundir información en sitio, se vincula con propiciar el conocimiento, las habilidades de comunicación y la actitud del personal de contacto, así como dotarlos de herramientas que les permitan incidir en la satisfacción, el gasto, la estadía y la recomendación de los destinos por parte de los visitantes.

Las líneas de acción para promover la difusión de información a través del personal de contacto son:

- Identificar a las personas que tienen contacto directo y frecuente con los visitantes.

B. PRODUCIR Y DISTRIBUIR MATERIAL INFORMATIVO EN SITIO

El diseño del material informativo para viajeros que ya se encuentran en los destinos, estará orientado a promover su desplazamiento dentro de los destinos y sus regiones, a mejorar la experiencia de los turistas durante su estadía, a aumentar el consumo de servicios y productos en los destinos, y a posicionar la marca país y las marcas de los lugares de visita.

Es fundamental diferenciar el nivel de información que requiere un turista durante su estadía, de la que requiere para decidir el viaje. La precisión y extensión de la información que necesitan los turistas, una vez que están en los destinos, es mucho mayor a la requerida cuando se encuentran en sus países de origen; por lo que se procurará incorporar elementos como direcciones, horarios, tipo de alimentos en los restaurantes, eventos específicos que sucederán durante su estadía, tiempos de recorrido e información sobre la historia, la vida cotidiana y las actividades que pueden realizarse durante la visita.

Para asegurar que el material informativo esté a disposición de los turistas, se distribuirá en los hoteles y a través de los empresarios y prestadores de servicio que

- Realizar viajes de familiarización con el personal de contacto, para asegurar que conozcan su región y puedan recomendar los destinos y actividades.
- Generar guías para personal de contacto que incorporen principios de anfitrión.
- Desarrollar un programa de comunicación y motivación de anfitrión, en base al concepto rector de la Política Nacional de Turismo.

tienen contacto con los clientes. Esto permitirá hacer la información accesible a los visitantes en el momento que lo necesiten, además de que no requerirá una inversión adicional en personal especial para este efecto.

Las líneas de acción para producir y distribuir material informativo en sitio son:

- Identificar detalles sobre atractivos, actividades, productos locales y situaciones del acontecer cotidiano, que puedan ser de interés para los visitantes.
- Establecer y difundir metodologías y mecanismos para diseñar y distribuir guías impresas y mapas locales.
- Generar mecanismos que promuevan la disponibilidad de información en empresas turísticas y relacionadas.
- Promover el diseño, impresión y distribución de información en sitio, por parte de empresas y asociaciones turísticas locales y regionales.
- Fomentar el desarrollo de guías especializadas, mapas e información de interés, a la venta en los destinos turísticos.

C. DISEÑAR Y COLOCAR SEÑALÉTICA INDICATIVA

El sistema de señalización turística en El Salvador, tiene por objeto satisfacer e inducir a los viajeros, proporcionándoles orientación, dirección e identificación de los lugares turísticos con claridad y precisión; así como transmitir una imagen única y homogénea del producto turístico salvadoreño.

Las pautas y fórmulas se establecen en dos niveles:

Nacional: que estandariza para contar con elementos comunes, vinculados con los atributos de la marca país, independientemente del lugar en que se ubique. Ello contribuirá a unificar criterios, a simplificar los códigos informativos y a mejorar la imagen del país.

Local: que posibilita la transmisión de elementos que distinguen las regiones, municipios y localidades, en que se ponga de relieve la riqueza única y especial de cada sitio.

Las líneas de acción para diseñar y colocar señalética indicativa son:

- Sistematizar y unificar la señalización turística nacional, regional y local.
- Seleccionar los sitios y tipos de señales necesarias.
- Diseñar, producir e instalar señalización pertinente.
- Brindar apoyo y asesoría en el diseño de señalización local y específica.
- Realizar convenios con la Secretaría de Comunicaciones, alcaldías y administraciones específicas, de sitios de interés turístico.
- Desarrollar campañas de socialización sobre la importancia de la señalética y respeto al mobiliario urbano.
- Diseñar señalética que oriente y favorezca los circuitos y rutas prioritarias por región.

25. POLÍTICA DE PROMOCIÓN DE LA DEMANDA

Los esfuerzos de promoción y mercadeo para posicionar la oferta turística del El Salvador, tanto dentro como fuera del país, resultan determinantes para aumentar la llegada de turistas a los destinos del país, prolongar su estadía y aumentar su gasto.

Las campañas de promoción y publicidad, se desarrollarán con la participación dinámica del sector privado, de acuerdo con las estrategias de imagen y comunicación del país, teniendo en cuenta que el eje de las campañas, será el posicionamiento de la marca país, de los destinos específicos y las líneas de producto convenientes para cada público objetivo, dando prioridad a los segmentos que generan mayor beneficio de acuerdo a los costos de promoción.

El modelo promocional de El Salvador, busca lograr el posicionamiento de la marca país, así como de la oferta específica de los destinos que la conforman, estableciendo estrategias particulares para los distintos mercados y segmentos, pero manteniendo el concepto de imagen de la marca país, para comunicar las ventajas competitivas que diferencian a El Salvador de sus competidores, y que lo convierte en un destino interesante y diferenciado para cada público, que puede integrarse en distintas modalidades.

El uso de los diferentes tipos de intermediación comercial se relaciona con las características de la oferta, su modalidad de integración y las preferencias de la demanda. La promoción y comercialización

de la oferta de El Salvador, tiene en cuenta las tres fórmulas de integración comercial, que se orientan a cada segmento, en función del nivel de desarrollo y atractividad de los destinos:

PAQUETES TODO INCLUIDO

Incluyen transporte, alojamiento, alimentos y actividades a través de un solo proveedor, como hoteles todo incluido más transporte; circuitos guiados; eventos especiales y cruceros, entre otros. Estos paquetes ofrecen seguridad a cambio de flexibilidad. Los viajeros de larga distancia, o quienes tienen mayor dependencia de un acompañante por motivos de seguridad o movilidad, suelen preferir este tipo de alternativas. Esta modalidad se desarrolla a partir de resorts que ofrecen todos los servicios en un mismo entorno, o tour operadores locales que se vinculan con líneas aéreas y mayoristas internacionales para promover una oferta integrada en los países de origen de los turistas potenciales.

PAQUETES PARCIALMENTE RESERVADOS

Incluyen únicamente transportación y hotel, aunque en ocasiones pueden incorporar alguna actividad específica. Ofrecen más flexibilidad y los viajeros más experimentados o de mediana distancia suelen preferir este tipo de alternativas.

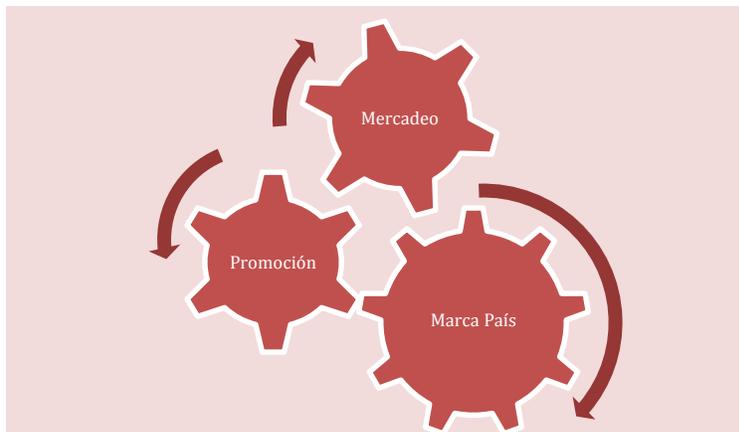
Esta modalidad se consolida a través de sistemas de reservaciones de los hoteles y líneas aéreas.

SERVICIOS INDEPENDIENTES

Se orientan a los viajeros que reservan cada servicio por separado o no reservan. Tiene la ventaja de generar beneficios más directos y mejor distribuidos entre las comunidades receptoras. Los viajeros nacionales y de corta distancia, así como los más conocedores y aventureros, prefieren este tipo de alternativas que les representa mayor libertad y flexibilidad. Requieren la publicación de información de las oportunidades de alojamiento y actividades en los destinos, que sean accesibles en sus lugares de origen y en sitio.

Estrategias de promoción de la demanda

- A. Diseñar campañas de comunicación acordes con los valores de la marca país y las principales líneas de producto.
- B. Utilizar herramientas de promoción en línea.
- C. Promover la distribución de la oferta turística a través de canales tradicionales.
- D. Participar en ferias turísticas de forma coordinada.



A. DISEÑAR CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN ACORDES CON LOS VALORES DE LA MARCA PAÍS Y LAS PRINCIPALES LÍNEAS DE PRODUCTO

El modelo de mercadeo turístico de El Salvador, plantea que la inversión turística a nivel nacional, permita dar un mayor impulso y posicionamiento a la marca país, lo que permite al turista asociar los destinos de El Salvador con una imagen particular que logra integrar los valores, bellezas y ventajas que tiene el país.

La especialización temática, permite organizar de forma más eficiente la oferta del país, promocionarla y comercializarla, así como resolver dificultades comunes.

Las acciones de comunicación de cada producto/mercado, combinan sinérgicamente acciones de “aspiración” o deseo de compra sobre los consumidores, con acciones de “presión” a través de los intermediarios. En este sentido, deberán considerarse los estados de desarrollo de los destinos o servicios, para pasar progresivamente de una comunicación de

imagen general, a comunicaciones más puntuales sobre los productos específicos, en la medida en que estos estén suficientemente estructurados operativa y comercialmente como ofertas específicas. Los mensajes deberán contener elementos que promuevan los valores de la marca país y de productos específicos, fortaleciendo los objetivos comunicacionales que se establezcan en cada caso, para adecuarse a los diferentes segmentos de mercado, teniendo en cuenta:

El posicionamiento de los productos o ideas.

Las expectativas del público objetivo y la posibilidad real de satisfacerla.

Evitar y contrarrestar los elementos distorsionadores que pueden provocar una percepción equivocada del mensaje.

<p>Valores del país Sustentan la credibilidad y simpatía</p>	<p>Apertura, familiaridad y dinamismo. Emprendedurismo solidario, integridad ecológica, rentabilidad social y transparencia. Compromiso con la seguridad del pasajero en cuanto a puntualidad, higiene, equipamiento, accesibilidad a servicios médicos, etc.</p>
<p>Valores del producto Motivan directamente a los clientes</p>	<p>Diversidad de atractivos en función de las estrategias de destino y segmento: zonas arqueológicas, pueblos tradicionales, naturaleza, actividades y entretenimiento. Infraestructura y servicios. Accesibilidad física y comercial, eficiencia en el servicio.</p>

Las campañas, se diseñarán combinando los medios adecuados para cada segmento/mercado, teniendo en cuenta los siguientes elementos para su implementación:

Sistemas precisos y concertados
Metas concretas y realistas
Tiempos pre-establecidos
Mecanismos de evaluación y control
Capacidad de corrección

La selección de medios de comunicación para cada segmento/público objetivo, se seleccionarán tomando en cuenta los siguientes factores:

Cobertura de mercado por segmento geográfico y psicográfico.

Costo del impacto por viajero potencial seleccionado.

Imagen ante el mercado, que deberá ser congruente con los valores del turismo en El Salvador, ya que la imagen del medio utilizado, tendrá un importante efecto en la percepción del público objetivo.

Relación –directa o indirecta- con los canales de distribución de los servicios turísticos del país, que harán posible la accesibilidad de la oferta.

Así mismo, se desarrollarán mecanismos de información y comunicación que permitan a los actores involucrados en el desarrollo del turismo, conocer los avances, proyectos, análisis de producto / mercado, incidencia de la actividad en el desarrollo del país y estrategias propuestas, que faciliten la comunicación y consecuentemente propicien su participación efectiva.

B. UTILIZAR HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN EN LÍNEA

Las estrategias de comunicación turística de El Salvador considerarán que la irrupción de las tecnologías de la información y comunicación en el mundo turístico, han modificado y siguen modificando la estructura de comunicarse y hacer negocios en el mundo, en particular del sector turístico, pues actualmente el entorno *online*, es el canal que más rápido evoluciona, al recoger con gran celeridad las necesidades de los turistas, y el consumidor actual se ha convertido en un comunicador digital que genera, produce y consume contenido a través de teléfonos, tablets o redes sociales, dando lugar a recomendaciones personalizadas e inteligentes, que etiquetan y evalúan los

Las líneas de acción para diseñar una campaña de comunicación acorde con los valores de marca y producto son:

- Analizar los mercados, segmentos, medios, canales y su relación con la oferta del país.
- Alinear las campañas con la estrategia de marca país.
- Diseñar campañas específicas de acuerdo con los mercados meta y las estrategias de producto-mercado para cada segmento.
- Establecer mecanismos de medición y ajuste de las campañas de comunicación y promoción.
- Incorporación de nuevas tecnologías y participación empresarial en las campañas de promoción y comunicación.
- Fortalecer las fuentes de financiamiento que aseguren la continuidad, consistencia e intensidad de las campañas.
- Implementar un sistema de inteligencia en mercadotecnia enfocada a la generación de información de mercado para la evaluación, diagnóstico y resultados esperados de los esfuerzos de promoción y mercadeo.

diferentes componentes y aspectos de la experiencia del viaje.

La tecnología digital se encuentra cada vez más presente en todo el ciclo del viaje, lo que será aprovechado para promover los destinos de El Salvador. Antes del viaje, las estrategias orientarán la toma de decisiones para la elección de los destinos y la realización de reservas; durante el viaje, promoverán el consumo de servicios turísticos, y después del viaje se promoverá la transmisión de experiencias a familiares y amigos, así como la comunicación con los conocidos durante el viaje, a través de las redes sociales institucionales y privadas.

Las líneas de acción para utilizar herramientas de promoción en línea son:

- Promocionar los beneficios que ofrecen los medios electrónicos para la promoción de El Salvador, sus destinos y su oferta turística.
- Fomentar la publicación de novedades y promociones por medio de la página web oficial y redes sociales de los distintos actores.
- Promocionar la oferta por medio de facebook, twitter, pinterest, instagram y otras redes sociales.
- Generar presencia y posicionamiento de marca en la red.
- Promover el tráfico de visitantes a los sitios web institucionales y sus cuentas de redes sociales.
- Promocionar eventos o actividades para compartir con los públicos meta, por medio de diversos canales de comunicación digital.
- Optimizar la presencia de la marca país en las redes sociales y buscadores de internet, con la finalidad de mejorar y aumentar su presencia en los resultados de búsqueda de los buscadores más importantes de la red.

C. PROMOVER LA DISTRIBUCIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA A TRAVÉS DE CANALES TRADICIONALES

Es importante diferenciar la distribución de información, de los canales de distribución de productos y/o servicios turísticos. En términos generales, se denominan canales de distribución, a aquellos mecanismos que permiten que un producto o servicio pueda ser comprado por un cliente, independientemente de que estos apoyen la promoción e información sobre los destinos turísticos y que deberán mantener una estrecha relación en el proceso de comunicación.

Los sistema de distribución de servicios turísticos, influyen directamente en cualquier otra decisión mercadológica como la fijación de precios, la calidad de imagen, o los contactos con clientes potenciales; por lo que se establecerán programas específicas para apoyar la negociación para la distribución de la oferta turística de El Salvador con cada uno de los siguientes actores:

Los tour operadores locales integran los servicios en paquetes y circuitos, obteniendo tarifas netas de los prestadores de servicios locales, a partir de las cuales fijan sus precios de venta y distribuyen sus productos directamente o a través de Tour operadores mayoristas o agencias de viajes. Generalmente se encargan de atender a los

visitantes durante su viaje, proporcionando transporte y servicio de guías o conductores que aseguran la calidad y seguridad de los servicios.

Los tour operadores mayoristas generalmente cuentan con sistemas de reservaciones masivos en línea y utilizan redes de agencias de viajes para la distribución de sus productos más sofisticados. En la mayoría de los casos, integran directamente paquetes específicos para sus mercados de influencia, negociando tarifas con los prestadores de servicios básicos, aunque en algunos casos, utilizan tour operadores locales como enlace.

Las agencias de viajes tienen contacto directo con los clientes. Algunas están vinculadas con tour operadores mayoristas para la venta de paquetes tradicionales, aunque es creciente el número de agencias especializadas, capaces de integrar paquetes a la medida de sus clientes; y en algunos mercados, influyen de forma importante en la decisión del cliente respecto al destino y los servicios que utilizará durante su viaje.

Las líneas aéreas y cadenas hoteleras tienen sus propios sistemas de reservaciones a los que los viajeros pueden acceder para

comprar directamente sus servicios. Estos sistemas, están generalmente a disposición de las agencias de viajes en cuyo caso, el costo de intermediación es absorbido por las líneas aéreas o cadenas hoteleras, quienes pagan una comisión sobre el precio de venta.

Las asociaciones y clubes se han convertido en importantes distribuidores y organizadores de viajes de interés especial.

El crecimiento de internet es relevante en la compra-venta de servicios de viajes, teniendo la ventaja de reducir los costos de intermediación de manera significativa y

generar ventajas competitivas para el cliente, y aumentando la rentabilidad de los prestadores locales.

La selección de los canales de distribución, se realizará de manera conjunta entre MITUR-CORSATUR, las organizaciones turísticas y los empresarios interesados; estableciendo mecanismos de difusión y enlace entre los prestadores de servicios locales y los intermediarios adecuados para cada segmento/sector.

La priorización de los canales de distribución se vinculará con los siguientes parámetros en la selección:

PARÁMETROS DE SELECCIÓN PARA LOS CANALES TRADICIONALES DE DISTRIBUCIÓN

Condición	Consideraciones
Eficiencia en generar ventas	Se evaluará la cobertura del mercado, así como la capacitación y motivación del personal para comercializar los productos específicos.
Costo de intermediación	Se considerará la relación del costo neto del producto/servicio, con el precio a que puede venderse en los diversos segmentos del mercado.
Cobertura de mercado	Se relacionará con cada segmento geográfico y psicográfico, para seleccionar los productos adecuados para cada canal de distribución.
Localización de puntos de venta	Se evaluará en función del grado de presencia e introducción en las áreas psicogeográficas con mayor potencial para los productos específicos.
Imagen ante el mercado	Se considerará la congruencia de la imagen y el posicionamiento formulado para la oferta específica, ya que necesariamente, la imagen del intermediario/canal, tendrá un importante efecto en la percepción global del destino y los productos en los viajeros potenciales.
Uso de tecnología de comunicación	Este factor tendrá un efecto directo en la eficiencia y costo en la generación de ventas.

Las líneas de acción para promover la distribución de la oferta turística a través de canales tradicionales son:

- Seleccionar los canales adecuados de acuerdo con los parámetros de selección establecidos.
- Desarrollar mecanismos que permitan analizar sistemáticamente la eficiencia de los canales considerando que la especialización de la oferta, hace necesaria la aplicación de criterios más restrictivos.

- Realizar viajes de familiarización para dar a conocer la oferta entre tour operadores receptivos de Centroamérica y Mesoamérica, tour operadores mayoristas, agencias de viajes y organizadores de congresos y convenciones.
- Publicar catálogos de oferta hotelera, actividades, gastronomía y servicios relacionados.
- Vincular la promoción de la oferta en canales tradicionales con otros mecanismos de promoción nacional.

D. PARTICIPAR EN FERIAS TURÍSTICAS DE FORMA COORDINADA

Las ferias internacionales son un importante escaparate comercial y medio de comunicación, considerándoseles un acelerador del proceso de venta. Las ferias tienen una vertiente publicitaria y una estrategia de venta, que permiten exponer la oferta del país ante un gran número de clientes potenciales y actuales, en un período de tiempo y espacio delimitados.

La estrategia de participación en ferias tiene diversos objetivos tales como: incrementar ventas, reafirmar las relaciones con clientes actuales y generar nuevos contactos, mejorar la presencia de la marca en el ámbito internacional, lanzar nuevos productos, sondear precios, descubrir nuevos nichos y tendencias de mercado, participar en eventos de especialización paralelos.

La decoración y mobiliario de los stands será consistente con los valores de la marca país y el tipo de feria en que se participe, buscando que la creatividad se alinee con la

realidad del país, lo que generará confianza entre los interlocutores.

El seguimiento post ferial es fundamental para capitalizar la inversión realizada en las ferias. Al regresar, se ingresarán los contactos en el banco de datos de las organizaciones, para clasificarlos por tipo de grupo y destinatario y se establecerá comunicación inmediata.

Las líneas de acción para participar en ferias turísticas de forma coordinada son:

- Seleccionar las ferias acordes con las líneas de producto turísticas de El Salvador.
- Seleccionar perfil de participantes para asistir a cada feria.
- Generar una estrategia específica y concertada con todos los participantes.
- Disponer de material actualizado e impactante de la marca país y su oferta turística.

La Política Nacional de Turismo de la Republica de El Salvador, fue elaborada por el Ministerio de Turismo con la participación de la Corporación Salvadoreña de Turismo, el Instituto Salvadoreño de Turismo, la Cámara Salvadoreña de Turismo, las gremiales de turismo, la Mesa Nacional de Turismo Rural Comunitario, el Buró de Convenciones, la consultora Alejandra Zorrilla y su equipo de trabajo y más de 1,500 participantes del proceso de consulta pública.

San Salvador, El Salvador 2013

www.mitur.gob.sv

www.elsalvador.travel

Alameda Manuel Enrique Araujo, Pasaje Carbonel, Edificio Carbonel 1 y 2,
Colonia Roma San Salvador, El Salvador,
(503) 2241-3200 / (503) 2243-7835
www.mitur.gob.sv
www.elsalvador.travel

